# Analisis Niat Investasi Nasabah Terhadap Fitur E-Mas Pada Aplikasi Mobile Banking BSI Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model Di Lingkungan Civitas Akademika Universitas Islam Indonesia

***(Analysis of Customer Investment Intentions Toward the E-Mas Feature in BSI Mobile Banking Using the Technology Acceptance Model Approach Among the Academic Community of Universitas Islam Indonesia)***

Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Sarjana Ekonomi (S.E.)



**Acc Munaqasah**
**29/11/2025**


**Oleh:**

**Andi Audrian Firmansyah T. B**

**20423038**


**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM**
**FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM**
**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**
**2026**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

| | |
|---|---|
| Nama | : Andi Audrian Firmansyah Tenry Bali |
| NIM | : 20423038 |
| Program Studi | : Ekonomi Islam |
| Fakultas | : Ilmu Agama Islam |
| Judul Skripsi | : Analisis Minat Investasi Nasabah Terhadap Fitur E-Mas Pada Aplikasi Mobile Banking BSI Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* Di Lingkungan Civitas Akademika Universitas Islam Indonesia |

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian surat ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 20 Juli 2026




Andi Audrian Firmansyah Tenry Bali

## NOTA DINAS

Yogyakarta, 20 Juli 2026

5 Safar 1448 H

Hal : Skripsi

Kepada : Yth Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam

Universitas Islam Indonesia

Di Yogyakarta

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan nomor: 677/Dek/60/DAATI/FIAI/VII/2025 tanggal surat : 17 Juli 2025 M / 21 Muharram 1447 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Andi Audrian Firmansyah Tenry Bali

NIM : 20423038

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : Analisis Minat Investasi Nasabah Terhadap Fitur E-Mas Pada Aplikasi Mobile Banking BSI Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* Di Lingkungan Civitas Akademika Universitas Islam Indonesia

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Dosen Pembimbing

Aqida Shomha, SEI., ME

# REKOMENDASI PEMBIMBING

**REKOMENDASI PEMBIMBING**

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen pembimbing skripsi:

Nama : Andi Audrian Firmansyah Tenry Bali

NIM : 20423038

Judul Skripsi : Analisis Minat Investasi Nasabah Terhadap Fitur E-Mas Pada Aplikasi Mobile Banking BSI Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* Di Lingkungan Civitas Akademika Universitas Islam Indonesia

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Islam Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 20 Juli 2026

Dosen Pembimbing

Aqida Shohihah, SEI., ME

FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fiai.uii.ac.id

# PENGESAHAN

**Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:**

| | | |
|---|---|---|
| Hari | : | Jumat |
| Tanggal | : | 28 Agustus 2026 |
| Judul Tugas Akhir | : | Analisis Niat Investasi Nasabah terhadap Fitur E-Mas pada Aplikasi Mobile Banking BSI Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model di Lingkungan Civitas Akademika Universitas Islam Indonesia |
| Nama | : | ANDI AUDRIAN FIRMANSYAH TENRI BALI |
| Nomor Mahasiswa | : | 20423038 |

**Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.**

**TIM PENGUJI**

**Ketua/Pembimbing**
Aqida Shohiha, S.E.I., M.E. (.....)

**Penguji 1**
Dr. Martini Dwi Pusparini, S.H.I., M.S.I. (.....)

**Penguji 2**
Junaidi Safitri, SEI, MEI (.....)

Yogyakarta, 28 Agustus 2026
Fakultas Ilmu Agama Islam
Dekan

Dr. Drs. Asmuni, MA

Dipindai dengan CamScanner

# HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Ta'ala atas segala Rahmat, hidayah-Nya dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wassalam, yang senantiasa menjadi teladan dalam setiap langkah kehidupan.

Tiada kata selain rasa syukur atas selesainya karya sederhana ini. *Bismillahirrahmanirrahim,* skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua recinta, Bapak Andi Tenry Bali dan Ibu Santy Ahmad, serta Adik yang selalu saya banggakan, Naubilla Chaerana Nisa yang selalu mendoakan serta menyemangati pengerjaan skripsi ini. Terima kasih atas segala doa, restu dan kasih saying yang menjadi kekuatan terbesar penulis hingga skripsi ini selesai.
2. Seluruh dosen Program Studi Ekonomi Islam, yang telah menanamkan Ilmu dengan penuh keikhlasan. Setiap Pelajaran yang diberikan bukan hanya menjadi bekal akademik, tetapi juga menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis.
3. Seluruh teman-teman ekonomi islam 2020. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini serta kebersamaan dan perjuangan yang telah dilalui.
4. Teman-teman kontrakan JDP, Dede, Putra, Gaza, Fadhil, dan teman teman pickme total, Tiara, Nada, Puput, Abigail. Terima kasih atas semangat, doa, canda dan tawa serta kebersamaan yang selalu hangat di setiap pertemuannya.

## MOTTO

وَقُلِ ٱعْمَلُواْ فَسَيَرَى ٱللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُۥ وَٱلْمُؤْمِنُونَ ۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَٰلِمِ ٱلْغَيْبِ وَٱلشَّهَٰدَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ

"Dan katakanlah, "Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."

(*Q.S At-Tawbah :105*)

"Terus berenang, Lanjutlah mendaki"
*(Perunggu – Pastikan Riuh Akhiri Malammu)*

*"Why does it have to be in the next life, when you can do it in this life?"*

# ABSTRAK

**Analisis Niat Investasi Nasabah Terhadap Fitur E-Mas Pada Aplikasi Mobile Banking BSI Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model Di Lingkungan Civitas Akademika Universitas Islam Indonesia**

**Andi Audrian Firmansyah T.B**

**20423038**

Penelitian ini menganalisis niat nasabah, khususnya di lingkungan civitas akademika Universitas Islam Indonesia, dalam menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi Mobile Banking BSI sebagai sarana investasi emas digital, dengan pendekatan Extended Technology Acceptance Model (TAM) yang meliputi Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Kepercayaan, dan Sikap Terhadap Penggunaan sebagai variabel independen terhadap Niat Menggunakan sebagai variabel dependen. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik *purposive sampling* terhadap 142 responden, dan data dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Menggunakan fitur E-Mas, baik secara parsial maupun simultan, dengan kontribusi sebesar 54,7%. Temuan ini diharapkan menjadi masukan bagi Bank Syariah Indonesia dalam merumuskan strategi pemasaran dan edukasi fitur emas digitalnya.

Kata kunci: Technology Acceptance Model, E-Mas, Mobile Banking BSI, niat investasi, kepercayaan

# ABSTRACT

**Analysis of Customer Investment Intentions Toward the E-Mas Feature in BSI Mobile Banking Using the Technology Acceptance Model Approach Among the Academic Community of Universitas Islam Indonesia**

**Andi Audrian Firmansyah T.B**

**20423038**

This study analyzes customers' intention, particularly among the academic community of Universitas Islam Indonesia, to use the E-Mas feature on the BSI Mobile Banking application as a digital gold investment tool, using an Extended Technology Acceptance Model (TAM) approach comprising Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust, and Attitude Toward Use as independent variables, and Behavioral Intention as the dependent variable. A quantitative descriptive approach with purposive sampling was applied to 142 respondents, and data were analyzed using multiple linear regression. The results show that all four variables have a positive and significant effect on Behavioral Intention to use the E-Mas feature, both partially and simultaneously, accounting for 54.7% of the variance. These findings are expected to inform Bank Syariah Indonesia's marketing and educational strategies for its digital gold feature.

Keywords: Technology Acceptance Model, E-Mas, BSI Mobile Banking, investment intention, trust

# PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

**KEPUTUSAN BERSAMA**

**MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**

**REPUBLIK INDONESIA**

Nomor: 158 Tahun 1987
Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

## A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

| **Huruf Arab** | **Nama** | **Huruf Latin** | **Nama** |
|---|---|---|---|
| أ | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | Ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | Ṡa | ṡ | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | Ḥa | ḥ | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | Kha | Kh | ka dan ha |

| | | | |
|---|---|---|---|
| د | Dal | d | De |
| ذ | Żal | ż | Zet (dengan titik di atas) |
| ر | Ra | r | er |
| ز | Zai | z | zet |
| س | Sin | s | es |
| ش | Syin | sy | es dan ye |
| ص | Ṣad | ṣ | es (dengan titik di bawah) |
| ض | Ḍad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | Ṭa | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | Ẓa | ẓ | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | `ain | ` | koma terbalik (di atas) |
| غ | Gain | g | ge |
| ف | Fa | f | ef |
| ق | Qaf | q | ki |
| ك | Kaf | k | ka |
| ل | Lam | l | el |
| م | Mim | m | em |
| ن | Nun | n | en |
| و | Wau | w | we |
| ھ | Ha | h | ha |
| ء | Hamzah | ‘ | apostrof |
| ي | Ya | y | ye |

**B. Vokal**

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

**1. Vokal Tunggal**

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

| **Huruf Arab** | **Nama** | **Huruf Latin** | **Nama** |
|---|---|---|---|
| ـَ | Fathah | a | a |
| ـِ | Kasrah | i | i |
| ـُ | Dammah | u | u |

**2. Vokal Rangkap**

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

| **Huruf Arab** | **Nama** | **Huruf Latin** | **Nama** |
|---|---|---|---|
| ...يْ...َ | Fathah dan ya | ai | a dan u |
| ...وْ...َ | Fathah dan wau | au | a dan u |

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

## C. *Maddah*

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

| **Huruf Arab** | **Nama** | **Huruf Latin** | **Nama** |
|---|---|---|---|
| اَ...ىَ... | Fathah dan alif atau ya | ā | a dan garis di atas |
| ى... | Kasrah dan ya | ī | i dan garis di atas |
| وُ... | Dammah dan wau | ū | u dan garis di atas |

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيْلَ qīla
- يَقُوْلُ yaqūlu

## D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةْ talhah

## E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- البِرُّ al-birr

## F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلاَلُ al-jalālu

## G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khużu
- شَيئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

## H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ — Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/ Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا — Bismillāhi majrehā wa mursāhā

## I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ للهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ — Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمنِ الرَّحِيْمِ — Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ غَفُوْرٌ رَحِيْمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّٰهِ الأُمُوْرُ جَمِيْعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

## J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

# KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

ٱلسَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ ٱللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Setinggi puji, sedalam syulur marilah kita panjatkan kehadirat Allah SWT, Sang Pencipta Semesta. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Baginda Agung Muhammad SAW.

Tak hentinya syukur terucap atas selesainya tugas akhir yang berjudul "Analisis Niat Investasi Nasabah Terhadap Fitur E-Mas Pada Aplikasi Mobile Banking BSI Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model Di Lingkungan Civitas Akademika Universitas Islam Indonesia" dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi teladan bagi umat manusia dari zaman Jahiliya hingga menuju jalan yang terang benderang**.**

Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari proses akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama islam, Universitas Islam Indonesia. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menerima banyak dukungan, arahan, semangat, dan doa dari berbagai pihak sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

Sebagai bentuh penghargaan, penulis dengan penuh rasa syukur ingin menyampaikan terima kasih yang amat tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T., IPU., ASEAN Eng., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajaran dan rector-rektor sebelumnya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Studi Islam.
4. Ibu Dr. Siti Achiria, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam
5. Ibu Aqida Shohiha, S.E.I., M.E. selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan skripsi ini, yang penuh kesabaran dan ketulusan telah membimbing penulis. Setiap arahan, masukan, dan waktu yang diberikan menjadi bagian penting

dalam proses penyelesaian tugas akhir ini. Semoga segala kebaikan beliau menjadi amal jariyah yang terus mengalir dan membawa keberkahan

6. Seluruh dosen program Studi Ekonomi Islam, yang telah menanamkan ilmu dengan penuh keikhlasan. Setiap Pelajaran yang diberikan bukan hanya menjadi bekal akademik, tetapi juga menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak Andi Tenry Balu dan Ibu Santy Ahmad, beserta Adik tercinta, Naubilla Chaerana Nisa, serta keluarga besa ratas doa, restu, kasih saying, dan dukungan yang tak pernah putus.
8. Sahabat dan teman seperjuangan, baik di lingkungan SMP hingga kampus, terutama Dede, Fadhil, Putra, Gaza, Tiara, Abigail, Puput, dan Nada atas kebersamaan yang selalu hangan, doa yang tak pernah putus, dan semangat yang selalu di berikan
9. Seluruh responden penelitian ini, atas partisipasi yang sangat berarti, sehingga terselesaikannya penelitian ini.

Yogyakarta, 30 Agustus 2026

Andi Audrian Firmansyah

# DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ..... ii
NOTA DINAS ..... iii
REKOMENDASI PEMBIMBING ..... iv
LEMBAS PENGESAHAN ..... v
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... vi
MOTTO ..... vii
ABSTRAK ..... viii
ABSTRACT ..... ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN ..... x
KATA PENGANTAR ..... xviii
DAFTAR ISI ..... xx
DAFTAR GAMBAR ..... xxiv
DAFTAR TABEL ..... xxv
BAB I PENDAHULUAN ..... 1
A. Latar Belakang ..... 1
B. Rumusan Masalah ..... 7
C. Tujuan Penelitian ..... 7
D. Manfaat Penelitian ..... 8
E. Sistematika Penulisan ..... 9
BAB II LANDASAN TEORI ..... 10
A. Landasan Teori ..... 10
1. Technology Acceptance Model (TAM) ..... 10
2. Perceived Ease of Use ..... 11
3. Perceived Usefulness ..... 12
4. Kepercayaan (Trust) ..... 14
a. Indikator Kepercayaan (Trust) ..... 14
5. Attitude Toward Use ..... 15

6. Emas Digital ..... 16
7. Mobile Banking BSI ..... 16
8. E-Mas ..... 19
B. Kajian Pustaka ..... 20
C. Hipotesis ..... 25
1. Hubungan Perceived Ease of Use dengan Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi Mobile Banking BSI ..... 25
2. Hubungan Perceived Usefulness dengan Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi Mobile Banking BSI ..... 26
3. Hubungan Trust dengan Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi Mobile Banking BSI ..... 26
4. Hubungan Attitude Toward Use dengan Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi Mobile Banking BSI ..... 27
5. Hubungan Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust, dan Attitude Toward Use dengan Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi Mobile Banking BSI ..... 27
D. Kerangka Berpikir ..... 28
BAB III METODE PENELITIAN ..... 29
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian ..... 29
B. Data dan Sumber Data ..... 29
1. Tempat Penelitian ..... 29
2. Waktu Penelitian ..... 30
3. Data dan Sumber Data ..... 30
(b) Sumber Data ..... 30
C. Objek Penelitian ..... 30
b Sampel ..... 31
D. Teknik Pengumpulan Data ..... 33
1. Dokumentasi ..... 33
2. Kuesioner (Angket) ..... 33
E. Definisi Operasional Variabel ..... 34
1. Variabel bebas (X) ..... 34
2. Variable Terikat (Y) ..... 34

F. Instrumen Penelitian ..... 34
G. Teknik Analisis Data ..... 39
1. Uji Validitas ..... 39
2. Uji Reliabilitas ..... 40
3. Uji Asumsi Klasik ..... 40
4. Metode Analisis Data ..... 41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... 44
A. Hasil Pengumpulan Data ..... 44
1. Karakteristik Responden ..... 44
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 44
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Status di lingkungan Universitas Islam Indonesia ..... 45
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas / Unit di Universitas Islam Indonesia ..... 45
B. Statistik Deskriptif ..... 46
1. Uji Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan ..... 47
2. Uji Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan ..... 48
3. Uji Deskriptif Variabel Kepercayaan ..... 48
4. Uji Deskriptif Variabel Sikap Terhadap Penggunaan ..... 49
5. Uji Deskriptif Variabel Niat terhadap Penggunaan ..... 50
C. Uji Instrumen ..... 50
1. Uji Validitas ..... 50
2. Uji Realibilitas ..... 52
D. Uji Asumsi Klasik ..... 54
1. Uji Normalitas ..... 54
2. Uji Multikolinearitas ..... 55
3. Uji Heteroskedastisitas ..... 56
E. Uji Hipotesis ..... 56
1. Analisis Regresi Linear Berganda ..... 56
2. Uji Koefisien Determinasi ($R^2$) ..... 58
3. Uji Parsial (Uji t) ..... 58

4. Uji Simultan (Uji F) ..... 60
F. Pembahasan ..... 60
1. Pengaruh Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan) terhadap Niat Menggunakan fitur E-mas pada aplikasi Mobile Banking BSI ..... 60
2. Pengaruh Perceived Usefulness (Persepsi Kegunaan) terhadap Niat Menggunakan fitur E-mas pada aplikasi Mobile Banking BSI ..... 61
3. Pengaruh Trust (Kepercayaan) terhadap Niat Menggunakan fitur E-mas pada aplikasi Mobile Banking BSI ..... 62
4. Pengaruh Attitude Toward Use (Sikap Terhadap Penggunaan) terhadap Niat Menggunakan fitur E-mas pada aplikasi Mobile Banking BSI .... 63
5. Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust, dan Attitude Toward Use terhadap Niat Menggunakan fitur E-mas pada aplikasi Mobile Banking BSI..... 64
BAB V KESIMPULAN..... 66
A. Kesimpulan ..... 66
B. Keterbatasan Penelitian..... 67
C. Saran ..... 68
DAFTAR PUSTAKA..... 69

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Harga Emas Di Indonesia 6 Bulan Terakhir ..... 2
Gambar 2. 1 Technology Acceptance Model..... 10
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir ..... 28

# DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala *Liker* ..... 39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 44
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status ..... 45
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas / Unit ..... 45
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Persepsi Kemudahan ..... 47
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Persepsi Kegunaan ..... 48
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Kepercayaan ..... 48
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Sikap Terhadap Penggunaan ..... 49
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Niat Terhadap Penggunaan ..... 50
Tabel 4. 9 Uji Validitas ..... 51
Tabel 4. 10 Uji Realibilitas ..... 53
Tabel 4. 11 Uji Normalitas ..... 54
Tabel 4. 12 Uji Multikolinearitas ..... 55
Tabel 4. 13 Uji Heteroskedastisitas ..... 56
Tabel 4. 14 Analisis Linear Berganda ..... 57
Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi ..... 58
Tabel 4. 16 Uji T ..... 59

# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap berbagai sektor, termasuk industri keuangan syariah. Adopsi teknologi digital menjadi krusial bagi lembaga keuangan untuk tetap relevan dan kompetitif di era digital. Dalam rentang waktu sekitar 15 tahun terakhir, Indonesia telah menyaksikan revolusi besar dalam dunia *fintech* (teknologi finansial). Berbagai inovasi telah bermunculan dan mengubah cara masyarakat untuk bertransaksi dalam kehidupan sehari hari serta mengelola keuangan. Contoh-contoh inovasi tersebut antara lain adalah kemunculan Uang Elektronik (*e-money*) dan Flazz BCA yang mulai populer di tahun 2010-an yang digunakan untuk pembayaran transportasi serta ritel. Kemudian, disusul oleh dompet digital (*digital wallet*) seperti Gopay, OVO, Dana, dan LinkAja yang mempermudah transaksi *online* maupun *offline* (Asosiasi Fintech Indonesia, 2023). Selanjutnya, ada inovasi QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) yang diluncurkan Bank Indonesia pada tahun 2019 yang berhasil menyatukan berbagai metode pembayaran digital di satu kode QR yang dimana meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi (Bank Indonesia, 2019). Perkembangan ini juga melahirkan digital banking yang memungkinkan nasabah melakukan hampir seluruh aktivitas perbankan melalui aplikasi mobile tanpa perlu datang ke kantor cabang (OJK, 2022).

Bank Syariah Indonesia (BSI), sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, merespon kebutuhan nasabah dengan menghadirkan berbagai inovasi digital melalui aplikasi *mobile banking* mereka, Mobile Banking BSI. Salah satu fitur yang ditawarkan Mobile Banking BSI adalah fitur Emas Digital, yang memungkinkan nasabah untuk melakukan investasi jual beli emas secara *online* dengan mudah dan praktis (BSI, 2023). Integrasi fitur investasi digital seperti emas digital ke dalam

*mobile banking* merupakan langkah adaptasi BSI terhadap tren *fintech* yang terus berkembang pesat. (AFTECH, 2023)

Investasi emas telah lama dikenal sebagai instrumen investasi yang aman dan stabil (Pramono & Subagyo, 2021). Hingga pertengahan Mei 2025, harga emas di pasar global dan domestik masih menjadi sorotan utama. Meskipun sempat menunjukkan fluktuasi dan penurunan tipis pada beberapa hari di Mei 2025, tren harga emas Antam di Indonesia secara umum tetap berada di level tinggi, bahkan mendekati Rp2.000.000 per gram pada pertengahan Mei 2025 (Kompas.com, 2025; DataIndonesia.id, 2025)




Gambar 1. 1 Grafik Harga Emas Di Indonesia 6 Bulan Terakhir

*Sumber : https://www.logammulia.com/id/grafik-harga-emas*

Prediksi analis global juga menunjukkan potensi harga emas yang kuat hingga akhir tahun 2025, didorong oleh ketidakpastian geopolitik, prospek penurunan suku bunga global, dan permintaan bank sentral yang terus meningkat (Bareksa.com, 2025; CNBC Indonesia, 2025). Fenomena ini secara langsung meningkatkan Niat masyarakat emas, baik secara fisik maupun digital, sebagai aset *safe-haven* di Tengah berbagai ketidakpastian ekonomi.

Secara tradisional, investasi emas melibatkan kepemilikan emas batangan atau perhiasan. Namun, dengan hadirnya fitur emas digital, nasabah kini dapat berinvestasi emas tanpa perlu memegang fisik emas tersebut. Emas

digital ini disimpan secara elektronik oleh penyedia layanan, dan kepemilikan nasabah tercatat dalam bentuk saldo digital (Sodik et al., 2022). Kemudahan akses, likuiditas yang tinggi, serta nominal investasi yang terjangkau menjadi daya tarik utama investasi emas digital (Mahmudi, 2024), terutama di tengah harga emas yang masih berpotensi merangkak naik di tahun 2025, memungkinkan investor untuk berinvestasi dengan modal relatif kecil dan tetap meraih keuntungan dari fluktuasi harga.

Dalam perspektif Islam, investasi secara umum sangat dianjurkan selama memenuhi prinsip-prinsip syariah, seperti menghindari riba, *gharar* (ketidakjelasan/ketidakpastian), dan *masyir* (judi). Terkait dengan investasi emas digital, Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Dewan Syariah Nasional (DSN) telah mengeluarkan fatwa yang relevan. Fatwa DSN-MUI Nomor 77/DSN/MUI/VI/2010 tentang Jual-Beli Emas Secara Tidak Tunai menyatakan bahwa jual beli emas secara tidak tunai, baik melalui jual beli biasa maupun murabahah, hukumnya mubah (boleh) selama emas tersebut tidak menjadi alat tukar yang resmi (uang) (DSN-MUI, 2010). Meskipun fatwa ini dikeluarkan pada tahun 2010, prinsip-prinsip yang terkandung di dalamnya tetap menjadi acuan utama bagi berbagai platform emas digital saat ini, termasuk Mobile Banking BSI, untuk memastikan transaksi sesuai syariah. Hal ini berarti bahwa kepemilikan emas digital diperbolehkan selama emas tersebut benar-benar ada dan dapat diserahterimakan, meskipun tidak selalu dalam bentuk fisik secara langsung (Rumah Zakat, 2025). Pertimbangan syariah ini penting bagi nasabah Muslim, terutama di lingkungan Universitas Islam Indonesia, dalam pengambilan keputusan adopsi teknologi.

Selain itu, edukasi dan pemahaman nasabah mengenai mekanisme dan karakteristik investasi emas digital juga memegang peranan penting. Perbedaan antara investasi emas digital dengan investasi emas tradisional yang sudah dikenal luas perlu dikomunikasikan secara jelas agar nasabah dapat membuat keputusan yang tepat. Dalam konteks lingkungan akademik seperti di Universitas Islam Indonesia, yang memiliki populasi mahasiswa, dosen, dan staf dengan tingkat literasi digital yang beragam, menarik untuk melihat

bagaimana penerimaan mereka terhadap fitur emas digital ini. populasi ini merupakan representasi segmen masyarakat yang melek teknologi, namun juga memiliki pertimbangan pragmatis dan rasional dalam mengambil keputusan keuangan.

Penelitian ini dibatasi pada civitas akademika Universitas Islam Indonesia guna menetapkan ruang lingkup populasi yang jelas dan relevan dengan objek penelitian, yaitu penerimaan fitur E-Mas pada aplikasi Mobile Banking BSI. Pemilihan Universitas Islam Indonesia (UII) sebagai batasan lokasi penelitian didasarkan pada karakteristik institusionalnya yang relevan dengan konteks penelitian. UII memiliki identitas sebagai perguruan tinggi yang memadukan nilai-nilai Islam dengan keunggulan akademik serta pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Hal tersebut tercermin dalam visi dan misi UII yang menempatkan keunggulan dan nilai-nilai Islam sebagai bagian dari penyelenggaraan pendidikan, penelitian, serta pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Selain itu, UII memiliki status Akreditasi Institusi Unggul yang menunjukkan komitmennya terhadap kualitas pendidikan tinggi. Karakteristik tersebut menjadikan UII sebagai lingkungan yang relevan untuk mengkaji penerimaan teknologi keuangan digital. Dengan demikian, pemilihan civitas akademika UII bukan didasarkan pada anggapan bahwa UII lebih baik dibandingkan perguruan tinggi lainnya, melainkan karena adanya karakteristik institusional yang sesuai dengan konteks penelitian, yaitu perpaduan antara lingkungan akademik, identitas keislaman, dan pemanfaatan teknologi. Pembatasan penelitian pada satu lingkungan institusional juga memungkinkan penelitian dilakukan secara lebih terarah.

Pembaruan penelitian ini terletak pada penerapan Extended Technology Acceptance Model yang meletakkan *attitude towards use* sebagai variabel independent, yang biasanya variabel tersebut pada konstruk original tamn berfungsi sebagai variabel moderasi untuk menganalisis niat penggunaan fitur E-Mas yang terintegrasi dalam aplikasi Mobile Banking BSI. Penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa *attitude toward use* relevan dalam menjelaskan intensi adopsi teknologi, baik sebagai prediktor langsung maupun

sebagai mediator antara persepsi pengguna dan niat perilaku. Penelitian ini mengembangkan kajian tersebut dengan menempatkan *attitude toward use* sebagai variabel independen yang secara langsung memengaruhi *behavioral intention*, serta menguji peran *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness,* dan *Trust* dalam membentuk sikap nasabah terhadap fitur E-Mas. Pembaruan tersebut menjadi penting karena penelitian mengenai peran *attitude toward use* dalam model penerimaan teknologi masih menunjukkan hasil yang beragam, sehingga pengujian pada objek, layanan, dan konteks yang berbeda diperlukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai apakah *attitude toward use* memiliki pengaruh langsung terhadap *behavioral intention*.

Urgensi penelitian ini semakin meningkat mengingat dinamika pasar emas dan dorongan pemerintah untuk percepatan digitalisasi ekonomi syariah. Keberhasilan adopsi fitur emas digital tidak hanya bergantung pada kualitas teknologi itu sendiri, tetapi juga pada bagaimana nasabah memahami dan mempersepsikan manfaat serta kemudahannya. Memahami faktor-faktor penerimaan ini menjadi krusial bagi Bank Syariah Indonesia untuk terus berinovasi dan menyediakan layanan yang relevan dengan kebutuhan serta preferensi nasabah yang terus berubah.

Penelitian ini menggunakan Extended Technology Acceptance Model (Extended TAM) dengan menambahkan *attitude toward use* sebagai variabel independen karena penerimaan teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan, tetapi juga oleh evaluasi positif atau negatif pengguna terhadap teknologi tersebut. Meskipun telah terdapat pengembangan model penerimaan teknologi seperti Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) dan UTAUT2 yang menawarkan konstruk yang lebih luas, penelitian ini tetap menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) sebagai landasan utama dengan melakukan pengembangan melalui penambahan variabel *trust*. Pemilihan TAM tidak didasarkan pada anggapan bahwa TAM lebih unggul atau lebih baru dibandingkan UTAUT, melainkan pada kesesuaian struktur TAM dengan

tujuan penelitian yang berfokus pada bagaimana persepsi pengguna terhadap kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) serta *attitude toward use* dan selanjutnya memengaruhi *behavioral intention* dalam menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi Mobile Banking BSI. Hal ini didukung oleh Or (2024) yang melalui pendekatan *meta-analytic structural equation modelling* menunjukkan bahwa *attitude toward use* tetap memiliki peran penting dalam menjelaskan *behavioral intention*, khususnya melalui hubungan antara *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan niat penggunaan teknologi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa meskipun perkembangan model penerimaan teknologi selanjutnya cenderung mengurangi peran *attitude*, konstruk tersebut masih relevan untuk memahami proses psikologis pengguna dalam menerima dan menggunakan suatu teknologi. Sejalan dengan hal tersebut, Nasywahasna et al. (2025) menggunakan TAM untuk menjelaskan niat penggunaan teknologi dengan menempatkan *attitude toward use* sebagai variabel yang menghubungkan persepsi pengguna dengan *intention*. Dengan demikian, penggunaan TAM dalam penelitian ini dipandang lebih sesuai karena mampu merepresentasikan fokus penelitian terhadap persepsi, sikap, dan niat pengguna dalam menggunakan fitur E-Mas, sedangkan konstruk-konstruk tambahan dalam UTAUT seperti *social influence* dan *facilitating conditions* tidak menjadi fokus utama penelitian. Oleh karena itu, meskipun TAM merupakan model yang telah dikembangkan lebih awal, relevansinya tetap dapat dipertahankan ketika konstruk dan hubungan antarvariabelnya sesuai dengan karakteristik objek, konteks, serta tujuan penelitian. Dalam konteks teknologi digital yang lebih baru, Nasywahasna et al. (2025) menemukan bahwa persepsi kegunaan ,kemudahan penggunaan, serta sikap terhadap penggunaan yang selanjutnya mendorong intensi adopsi teknologi. Oleh karena itu, *attitude toward use* ditempatkan sebagai variabel independen untuk menguji pengaruh langsung sikap nasabah terhadap niat penggunaan fitur E-Mas, sekaligus menguji apakah *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness,* dan *Trust* dapat membentuk sikap positif nasabah terhadap fitur tersebut.

Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi Bank Syariah Indonesia dalam merumuskan strategi pemasaran dan edukasi yang lebih efektif untuk fitur emas digitalnya, khususnya di segmen nasabah yang memiliki ekspektasi dan pemahaman beragam. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya keilmuan di bidang *fintech* syariah dan perilaku konsumen, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji adopsi teknologi di sektor keuangan syariah Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan nasabah di lingkungan Universitas Islam Indonesia terhadap fitur emas digital di aplikasi Mobile Banking BSI menggunakan pendekatan Extended Technology Acceptance Model (TAM)

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan fitur emas digital pada aplikasi Mobile Banking BSI?
2. Apakah persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness)* berpengaruh terhadap sikap penggunaan fitur emas digital pada aplikasi Mobile Banking BSI?
3. Apakah kepercayaan (*Trust*) berpengaruh terhadap sikap terhadap penggunaan fitur emas digital pada aplikasi Mobile Banking BSI?
4. Apakah sikap terhadap penggunaan *(Attitude Toward Use)* berpengaruh terhadap niat penggunaan **(***Behavioral Intention*) fitur emas digital pada aplikasi Mobile Banking BSI**?**
5. Apakah *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Trust* berpengaruh terhadap sikap terhadap penggunaan fitur emas digital pada aplikasi Mobile Banking BSI?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

6. Untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh terhadap sikap dalam menggunakan fitur emas digital pada aplikasi Mobile Banking BSI.
7. Untuk mengetahui apakah persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh terhadap sikap dalam menggunakan fitur emas digital pada aplikasi Mobile Banking BSI.
8. Untuk mengetahui apakah kepercayaan (*Trust*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan fitur emas digital pada aplikasi Mobile Banking BSI.
9. Untuk mengetahui apakah sikap (*Attitude Toward Use*) berpengaruh terhadap niat penggunaan (*Behavioral Intention*) fitur emas digital pada aplikasi Mobile Banking BSI.
10. Untuk mengetahui apakah *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Trust* berpengaruh terhadap sikap dalam menggunakan fitur emas digital pada aplikasi Mobile Banking BSI.

## D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan penelitian ini mempunyai tujuan, sebagai berikut :

11. Bagi Lembaga Terkait

    Diharapkan bagi lembaga terkait yaitu Bank Syariah Indonesia menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan strategis bagi Bank Syariah Indonesia dalam mengembangkan fitur emas digital pada aplikasi Mobile Banking BSI agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan nasabah.

12. Bagi Peneliti Selanjutnya

    Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi awal dalam mengkaji penerimaan teknologi berbasis investasi syariah digital dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), serta mendorong eksplorasi variabel tambahan.

13. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan bacaan serta ilmu dan wawasan pembaca terkait wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan fitur emas digital di kalangan Masyarakat umum.

## E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan diperlukan untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan, sehingga dapat dipahami hubungan antara satu bab dengan bab lainnya. Sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut.

**BAB I Pendahuluan** berisi beberapa sub bab yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

**BAB II Landasan Teori** berisi tentang telaah Pustaka yang didapatkan dari literatur terdahulu untuk mendasari setiap variabel. Dalam bab ini diterangkan pula kerangka penelitian serta hipotesis yang akan diuji.

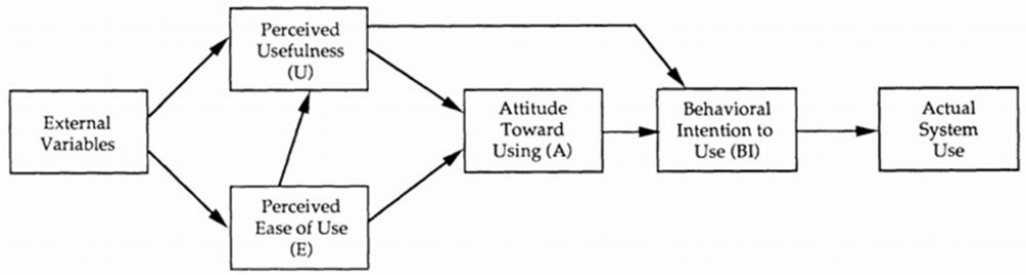
**BAB III Metode Penelitian** berisi tentang penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, deskripsi operasional variabel-variabel penelitian dan metode analisis data.

# BAB II

# LANDASAN TEORI

## A. Landasan Teori

Kerangka teori bertujuan untuk memberikan gambaran atas batasan-batasan tentang teori-teori yang dipakai sebagai landasan penelitian yang akan dilakukan, mengenai teori variabel-variabel permasalahan yang akan diteliti (Mardalis, 2004).




Gambar 2. 1 Technology Acceptance Model

### *1.* Technology Acceptance Model (TAM)

*Technology Acceptance Model* yang pertama kali diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1989 dalam di sertasinya yang berjudul "*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*" (Davis, 1989). Model penelitian ini adalah model paling populer serta berpengaruh dalam menjelaskan penerimaan suatu individu terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. TAM sendiri berakar dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) dari bidang psikologi sosial yang menjelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap perilaku tersebut serta norma subjektif yang dirasakan. Model TRA sendiri di kembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). TAM dianggap sebagai pendekatan utama dalam penelitian untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan sistem informasi selama beberapa decade terakhir. Menurut Davis (1989), *perceived usefulness* dan *perceived ease*

*of use* dalam model TAM dapat mempengaruhi *behavioral intention to use* melalui *attitude towards using*, yang pada akhirnya menentukan apabila seseorang akan menerima dan menggunakan teknologi tersebut atau *actual technology usage*. Dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM) terdapat dua variabel, yaitu manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness)* dan kemudahan yang dirasakan pengguna (*perceived ease of use*). (Davis, 1989; Fishbein & Ajzen, 1975)

**2. Perceived Ease of Use**

Davis (1989) mendefinisikan *Perceived Ease of Use* dimana seseorang mempercayai bahwa menggunakan suatu sistem atau teknologi akan bebas dari Upaya atau tidak dibutuhkannya usaha (h.320). artinya, sebuah sistem yang dianggap mudah digunakan, adalah sistem yang tidak memerlukan usaha yang besar, mudah dipelajari, serta tidak membingungkan pengguna. Apabila pengguna merasa teknologi tersebut tidak rumit, maka persepsi kemudahan penggunaannya akan tinggi.

**a. Indikator *perceived Ease of Use***

Indikator kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) menurut Davis (1989) adalah sebagai berikut:

1) Mempermudah pekerjaan (*make job easier)*

Manfaat yang dirasakan oleh pengguna dengan sistem yang baru membuat pekerjaan yang kompleks menjadi lebih sederhana atau mudah diselesaikan dikarenakan sistem baru ini memiliki inovasi untuk membuat pekerjaan lebih efektif.

2) Efektivitas Waktu (*time effectiveness*)

Apabila sebuah sistem atau teknologi mudah untuk diguanakan, maka akan meningkatkan efektifitas waktu seseorang dalam membuat pekerjaan.

3) Bermanfaat (useful)

Seseorang dapat memberikan penilaian apakah sistem atau teknologi yang baru ini memiliki manfaat dalam

penyelesaian pekerjaan dan lebih unggul dibandingkan sistem yang lama.

4) Meningkatkan Produktivitas

Proses untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam penyelesaian pekerjaan tertentu yang melibatkan penggunaan waktu, energi, dan sumber daya yang lebih efisien untuk mecapai hasil yang lebih baik dalam jangka waktu yang sama atau lebih singkat.

5) Keakuratan Penggunaan

Keakuratan penggunaan mencakup semudah apa pengguna dapat berinteraksi dengan antarmuka, fitur, dan fungsi yang disediakan, dan juga seberapa konsisten dan dapat diandalkannya layanan tersebut sehingga hasil yang diberikan dapat diandalkan.

Kemudahan penggunaan sistem yang menjadikan pengguna mahir dalam menggunakan sistem seusai dengan kebutuhan pengguna.

Sedangkan menurut Kurniawan et al. (2024), Indikator kemudahan penggunaan ialah Tingkat kepercayaan pengguna bahwa teknologi tersebut mudah digunakan yang berarti pengguna akan mudah menerima teknologi jika mereka mempelajari, memahami, dan mengoperasikannya.

### 3. Perceived Usefulness

*Perceived usefulness* menjelaskan mengapa suatu individu memutuskan untuk menerima atau menolak suatu sistem. Davis (1989), menjelaskan perceived usefulness sebagai “sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya" (h. 320). Hal ini menekankan bahwa apabila seseorang meyakini sebuah sistem atau teknologi akan membantu mereka mencapai tujuan mereka dengan lebih efektif atau efisien, maka mereka akan

menggunakannya. Sedangkan, apabila mereka tidak meyakini sebuah sistem atau teknologi akan membantu mereka mencapai tujuan mereka dengan lebih efektif atau efisien, mereka tidak akan menggunakannya.

**a. Indikator *Perceived Usefulness***

Indikator kegunaan (*usefulness*) menurut Fatmawati (2015) adalah sebagai berikut:

1) Kemudahan dalam mengakses

   Seberapa mudah untuk pengguna dapat masuk dan menggunakan suatu sistem atau teknologi

2) Mudah dipelajari (*easy to learn*)

   Fitur yang ada pada sebuah sistem, mudah untuk dipelajari dan dipahami pengguna sehingga tidak kesulitan menggunakan sistem yang baru.

3) Mudah dikuasai

   Seberapa mudah pengguna untuk memahami, menggunakan, dan mengelola suatu sistem.

4) Mudah mengaplikasikan

   Seberapa mudah bagi pengguna untuk menerapkan sistem tersebut.

5) Mudah untuk dikontrol (*controllable*)

   Pengguna dengan mudah mengatur apa saja yang ingin mereka kerjakan menggunakan sistem yang baru sesuai dengan kebutuhan mereka.

6) Mudah untuk menjadi mahir (*easy to become skillful*)

Kemudahan penggunaan sistem yang menjadikan pengguna mahir dalam menggunakan sistem seusai dengan kebutuhan pengguna.

Sedangkan menurut Kurniawan et al. (2024), Indikator kemudahan penggunaan ialah Tingkat kepercayaan pengguna bahwa teknologi tersebut mudah digunakan yang berarti pengguna akan mudah menerima teknologi jika mereka mempelajari, memahami, dan mengoperasikannya.

**4. Kepercayaan (*Trust*)**

Kepercayaan merupakan variabel yang berkaitan dengan pemahaman seseorang terhadap tindakan yang akan diambilnya. Menurut Shneiderman (2000), kepercayaan didefinisikan sebagai harapan positif seseorang terhadap sesuatu berdasarkan kinerja masa lalu dan jaminan kejujuran. Dalam layanan digital seperti perbankan dan investasi online, kepercayaan merupakan faktor yang penting dalam penerimaan teknologi. Kepercayaan adalah elemen penting dalam mendorong adopsi teknologi, terutama dalam sistem berbasis keuangan, karena pengguna harus yakin bahwa transaksi mereka aman dan tidak disalahgunakan (Chong et al. 2015)

**a. Indikator Kepercayaan (*Trust*)**

Indikator kepercayaan (*trust*) menurut Alalwan et al.,(2018) adalah sebagai berikut:

1) Keamanan (Secutiry)

Keyakinan bahwa aplikasi atau sistem melindungi data dan dana pengguna.

2) Keandalan

Persepsi dimana sistem akan bekerja sesuai ekspektasi pengguna.

3) Integritas

Persepsi dimana penyedia layanan bertindak jujur dan transaparan.

Sedangkan menurut Hamdan et al. (2025), indikator kepercayaan dalam penelitian yang dilakukannya meliputi:

1) Percaya bahwa suatu teknologi dapat dipercaya
2) Menaruh kepercayaan penuh suatu teknologi

3) Percaya bahwa suatu teknologi akan melakukan tugasnya dengan benar meskipun tidak diawasi.

## 5. Attitude Toward Use

*Attitude Towards Use* menjelaskan tentang bagaimana sikap seseorang terhadap penggunaan suatu fitur atau teknologi yang berbentuk penerimaan atau penolakan dalam menggunakan sistem untuk menunjang kebutuhan pekerjaannya. Sikap merupakan konstruksi dari psikologis yang dapat mendorong perilaku terhadap suatu individu. Sikap terdiri dari unsur kognitif, emosional, dan perilaku yang diasumsikan memiliki konsistensi internal satu sama lain dan biasanya terbentuk melalui pengalaman langsung, peniruan, penguatan, dan pembelajaran sosial (Rohman et al., 2023). Menurut Davis (1989), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived Ease of Use*) secara langsung mempengaruhi *Attitude Towards Use*, Artinya, semakin berguna dan mudah suatu fitur atau teknologi, semakin besar kemungkinan individu menerima fitur atau teknologi tesebut.

### a. Indikator *Attitude Towards Use*

Indikator sikap terhadap penggunaan (*Attitude Toward Use*) yang dikutip dari Pratama & Bastiaan (2017) adalah sebagai berikut:

1. Komponen kognitif

   Indikator ini mengukur pengetahuan dan keyakinan seseorang mengenai suatu sistem atau teknologi.

2. Komponen Afektif

   Indikator ini berkaitan dengan perasaan atau emosi pengguna terhadap suatu sistem atau teknologi.

3. Komponen Konasi

Indikator ini mengacu pada niat atau kecenderungan perilaku pengguna untuk bertindak atau menggunakan suatu sistem atau teknologi.

Sedangkan menurut Kurniawan et al. (2024), indikator sikap terhadap penggunaan ialah sikap individu terhadap penggunaan teknologi. Sikap ini dapat berupa menerima atau menolak teknologi baru.

**6. Emas Digital**

Dalam Peraturan Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi No. 4 Tahun 2019 Tentang Ketentuan Teknis Penyelenggaraan Pasar Fisik Emas Digital di Bursa Berjangka, definisi emas digital adalah Emas yang catatan kepemilikan emasnya dilakukan secara digital. Emas digital sendiri memiliki sertifikat yang berisi mencakup kode seri Emas, logo, dan berat; dan satuan Emas dalam berat yakni: 1 gram, 2 gram, 5 gram, 10 gram, 25 gram, 50 gram, 100 gram, 250 gram, dan 1.000 gram (BAPPEBTI, 2019)

Emas Digital merupakan bentuk kepemilikan emas tanpa memegang fisik emas secara langsung. Berbeda dengan investasi emas pada umumnya, dimana orang dapat membeli emas dan mendapatkannya secara fisik. Investasi emas digital dilakukan melalui platform digital yang mencatat kepemilikan gramasi emas nasabah, dan emas fisiknya disimpan oleh penyedia layanan. Meskipun nasabah tidak memegang emas secara fisik, legitimasi kepemilikan tetap diakui. Transaksi emas digital di anggap cukup mudah karena dapat bertransaksi melalui aplikasi kapanpun dan dimanapun.

**7. Mobile Banking BSI**

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu lembaga perbankan yang telah menerapkan sistem *mobile banking* sebagai sarana adaptasi terhadap pandemi Covid-19 dengan mengoptimalkan

pemanfaatan teknologi sehingga teknologi ini menjadi sarana terbaik yang digunakan oleh nasabah dalam bertransaksi di saat terjadinya Covid-19. BSI memiliki 2 jenis mobile banking yaitu, BSI Mobile dan BYOND by BSI. BYOND merupakan superapp yang mengalami pembaruan dari aplikasi sebelumnya, BSI Mobile. Dari segi layanan, semua layanan yang terdapat di BSI Mobile bisa di akses juga melalui superapp BYOND By BSI termasuk fitur E-Mas. Dengan munculnya Mobile Banking BSI, nasabah dapat melakukan transaksi dengan mudah kapanpun dan dimanapun serta memiliki akses ke rekening tabungan secara online. (BSI, 2023)

Sampai dengan 7 Maret 2025, PT. Bank Syariah Indonesia Tbk mencatat total nasabah yang menggunakan *mobile banking* BSI (termasuk Mobile Banking BSI lama dan *superapp* BYOND by BSI) telah mencapai 7,8 juta pengguna yang dimana angka ini mengalami kenaikan sebesar 16,42% dari Kuartal I 2024. Bank Syariah Indonesia sendiri menargetkan untuk mencapai 10 juta pengguna dan *superapp* BYOND by BSI pada akhir tahun 2025.

Berikut adalah beberapa fitur yang tersedia pada aplikasi Mobile Banking BSI:

**a.** Pengecekan saldo rekening

Fitur ini merupakan salah satu fitur dasar dan paling sering digunakan pada aplikasi *mobile banking* manapun. Dengan menggunakan fitur ini, nasabah dapat dengan mudah memantau saldo di rekening BSI miliknya tanpa perlu ke bank ataupun ATM, sehingga meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam pengelolaan keuangan sehari hari. Selain itu, nasabah juga dapat melakukan pemantauan informasi transaksi pada rekening miliknya, seperti pemantauan portofolio dan mutasi rekening.

**b.** Transfer dana

Fitur ini memudahkan nasabah dalam melakukan transfer dana tanpa harus ke bank atau ATM. Proses transfer yang praktis ini sangat

mendukung nasabah untuk melakukan transfer dana hanya menggunakan telepon genggam saja.

**c.** Pembelian

Dengan fitur ini, nasabah dengan mudahnya dapat melakukan pembelian keperluan sehari-hari seperti pulsa dan paket data. Tidak hanya itu, nasabah dapat melakukan pembelian kebutuhan lain seperti token listrik dan *top up E-money*.

**d.** Pembayaran

Pada fitur ini, nasabah dapat melakukan pembayaran kebutuhan sehari hari seperti biaya pendidikan, iuran BPJS, tiket transportasi seperti tiket pesawat dan tiket kereta, tagihan listrik dan telepon, serta berbagai pembayaran kebutuhan lainnya.

**e.** QRIS

*Quick Response Indonesian Standard* atau yang lebih dikenal sebagai QRIS merupakan metode pembayaran berbasis QR yang diluncurkan Bank Indonesia dan Asosiasi Pembayaran Indonesia pada tahun 2019 untuk layanan pembayaran di Indonesia. Fitur QRIS ini dapat membantu nasabah dalam mempercepat dan menghemat waktu dalam proses pembayaran menggunakan kode QR dengan cara scan kode QR yang sudah tertera pada merchant yang dituju. (Bank Indonesia, 2019)

**f.** Tarik tunai tanpa kartu

Fitur ini memungkinkan nasabah untuk menarik tunai tanpa menggunakan kartu ATM. Di beberapa kejadian, nasabah yang lupa membawa kartu tapi hendak untuk melakukan penarikan tunai, dapat menggunakan fitur ini. Jumlah minimal penarikan dana menggunakan fitur ini adalah sebesar Rp.50.000 dan maksimal sebesar Rp.500.000 setiap harinya. (BSI, 2023)

**g.** Layanan Islami

Salah satu pembeda dari aplikasi *mobile banking* yang dimiliki BSI dengan aplikasi *mobile banking* adalah tersedianya beberapa fitur

Islami. Bank Syariah Indonesia tidak hanya memfasilitasi nasabah dalam layanan keuangan, Bank Syariah Indonesia juga memfasilitasi nasabah dari sisi keagamaan. Fitur fitur seperti membaca Asmaul Husna, Juz Amma, hingga pengingat waktu sholat dan arah kiblat terdapat pada aplikasi Mobile Banking BSI.

**h.** Berbagi

Fitur ini dapat digunakan nasabah untuk berbagi lewat menyalurkan infaq, wakaf, serta zakat secara mudah dan cepat, kapan saja melalui Mobile Banking BSI.

**i.** E-Mas

Fitur ini memberikan fasilitas kepada nasabah untuk melakukan pembelian emas secara *online.*

**8. E-Mas**

Pada 15 Januari 2021, Bank Syariah Mandiri (sebelum melakukan merger menjadi Bank Syariah Indonesia) meluncurkan produk investasi digital melalui E-Mas. Kemunculan fitur ini didasari dengan perkembangan teknologi dalam perbankan yang semakin maju dan pandemi Covid-19 yang mengubah cara bertransaksi. Fitur E-Mas yang ditawarkan oleh BSI merupakan salah satu produk layanan berbasis digital yang memungkinkan nasabah melakukan pembelian, penjualan, serta pemindahan emas secara digital. Dimana saldo kepemilikan emas milik nasabah yang berupa gram emas, disimpan melalui Mobile Banking BSI. Nasabah yang menyimpan emasnya lebih dari satu tahun, diharuskan untuk membayar titip emasnya sekali dalam setahun. Apabila nasabah tidak melakukan transaksi selama satu tahun, maka rekening tersebut berubah menjadi rekening pasif. (BSI, 2023)

Produk digital ini adalah salah satu bentuk investasi emas yang dinilai terjangkau karena nasabah dapat melakukan pembelian emas dan setelah itu menabungnya. Tidak hanya itu, fitur E-Mas di Mobile Banking

BSI dirancang untuk memenuhi prinsip syariah, dengan akad jual beli yang jelas dan transparan, serta diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah BSI yang penting bagi nasabah muslim (Hasanah et al., 2024) Berikut beberapa keunggulan yang ditawarkan BSI melalui tabungan E-Mas:

a. Nasabah dapat memiliki rekening tempat penyimpanan emas digital yang dapat di *top-up*, ditarik serta ditransfer cukup dari aplikasi Mobile Banking BSI.
b. Solusi untuk melindungi nilai tabungan nasabah
c. Nasabah yang telah memiliki emas digital di rekening E-Mas tersebut, dapat memberikan emasnya kepada orang lain cukup dengan cara transfer antar rekening E-Mas sehingga mempercepat proses pemindahan emas dari pemilik satu ke pemilik lainnya.

## B. Kajian Pustaka

Berikut beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang meneliti tentang investasi emas digital dan analisis penerimaan terhadap teknologi atau sistem investasi tersebut:

Nur Hazirah, Salona, Nik Hadiyan dan Noor Amira Syazwani. (2025) meneliti tentang niat konsumen Malaysia mengadopsi platform emas digital Syariah menggunakan model UTAUT, serta menambahkan variabel kepercayaan dan kepatuhan syariah di dalam penelitiannya. Variabel independent yang digunakan pada penelitian ini meliputi *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Trust,* dan *Shari'ah-compliance*. Sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah niat perilaku konsumen dalam mengadopsi platform emas digital sebagai alat investasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Trust, dan Shari'ah-compliance* secara signifikan memengaruhi niat konsumen mengadopsi investasi emas digital sebagai sarana investasi yang baru. Namun, *Social Influence dan Facilitating Conditions* dinyatakan tidak signifikan. Penelitian ini menekankan

pentingnya keamanan, transparansi, dan fitur Syariah dalam mengadopsi platform emas digital.

Taufan Adi Kurniawan, Anita Primastiwi, dan Devy Putri Milanda (2024) meneliti mengenai faktor penggunaan aplikasi emas digital di Indonesia. Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menambahkan Perceived Risk dan Self-Efficacy sebagai variabel eksternal. Variable independent yang digunakan pada penelitian ini adalah *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Social Influence, Facilitating Conditions, Perceived Risk, dan Self-Efficacy.* Sedangkan variabel dependennya adalah penggunaan aplikasi emas digital. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa semua variabel TAM (*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude Toward Using, Behavioral Intention, dan Actual Use*) berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi emas digital di Indonesia. *Self-Efficacy* dan *Perceived Risk* juga memiliki pengaruh positif signifikan yang artinya kemudahan penggunaan, kebermanfaatan, persepsi risiko, dan efikasi diri memengaruhi niat penggunaan aplikasi emas digital di Indonesia.

Taufan Adi Kurniawan, Devy Putri Milanda, dan Anita Primastiwi (2022) menganalisis tentang faktor adopsi aplikasi emas digital di Indonesia. Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam penelitiannya dengan menambahkan *Subjective Norm* (SN) sebagai variabel eksternal. Variable independent yang digunakan pada penelitian ini meliputi *Subjective Norm , Perceived Usefulness ,* dan *Perceived Ease of Use* . Variabel dependennya adalah *Attitude Toward Using* dan *Behavioral Intention*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan dimana *Subjective Norm* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*. Namun, *Subjective Norm* tidak berpengaruh terhadap *Perceived Ease of Use*. Responden merasa informasi dari sekitar kurang praktis mengenai pengoperasian aplikasi. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* dan *Attitude Toward Use*. *Perceived Usefulness* juga berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward*

*Use*. Terakhir, *Attitude Toward Use* berpengaruh positif terhadap *Behavioural Intention*. Penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat, kemudahan, serta sikap positif, sangat penting untuk niat penggunaan aplikasi emas digital.

Novita Susiang, dan Aditya Rian Ramadhan (2023) meneliti tentang apakah pengetahuan, keamanan, dan persepsi risiko berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas digital di kalangan generasi milenial wilayah Jakarta barat. Terdapat 3 variabel independent yang digunakan pada penelitian ini yaitu pengetahuan, keamanan, serta persepsi risiko. Variabel independent pada penelitian ini adalah niat berinvestasi emas digital. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan model SEM. Temuan dari penelitian ini mengemukakan bahwa variabel pengetahuan dan keamanan berpengaruh positif terhadap niat berinvestasi emas digital. Namun, persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas digital. Penelitian ini juga menyatakan bahwa generasi Milenial menganggap investasi emas digital memiliki risiko yang rendah dengan tingkat pengembalian yang menjanjikan.

Nadya Rachmatul Putri dan Elevita Yuliati (2022) meneliti tentang peran persepsi risiko dan kepercayaan dalam niat perilaku konsumen terhadap platform emas digital. Penelitian ini menggunakan metode UTAUT2 *(Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2)* dan hubungan dengan kepercayaan. Penelitian ini menggunakan variable Kepercayaan sebagai variabel moderator. Variabel independen pada penelitian ini menggunakan persepsi risiko yang meliputi *Performance Risk, Security Risk, Financial Risk, Time Risk, Social Risk,* dan *Phycological Risk.* Selain itu, penelitian ini menggunakan variabel mediasi berupa *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, dan Price Value.* Variable dependen pada penelitian ini adalah niat perilaku terhadap penggunaan platform emas digital. Hasil menunjukkan adanya dampak langsung dan tidak langsung dari persepsi risiko terhadap niat

perilaku, dengan kepercayaan sebagai moderator. Kepercayaan berperan meminimalkan dampak persepsi risiko pada niat perilaku. Meskipun variabel UTAUT2 lainnya (seperti harapan kinerja, pengaruh sosial, dan nilai harga) juga berpengaruh positif pada niat perilaku, peran mengendalikan persepsi risiko lebih penting daripada memberikan manfaat yang dirasakan.

Pribowo dan Fathihani (2023) melakukan penelitian yang menganalisis faktor niat investasi emas digital pada Generasi Milenial di Jakarta. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis linear berganda. Variabel independen yang digunakan penelitian ini adalah pengetahuan, kemudahan, dan sistem pembayaran. Variabel dependen niat investasi emas digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, pengetahuan, kemudahan, dan sistem pembayaran berpengaruh signifikan terhadap niat investasi digital pada Generasi milenial di Jakarta.

Zaimy Johana Johan (2020) melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam investasi emas syariah (Gold-i). Studi ini dilatarbelakangi oleh kenaikan harga emas yang signifikan setelah Amerika Serikat melakukan tindakan moneter drastis dengan mengurangi suku bunga hingga mendekati nol akibat pandemi covid-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Variabel independent pada penelitian ini meliputi inflasi, pertumbuhan pendapatan, dan suku bunga. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa inflasi dan pertumbuhan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen dalam investasi emas syariah. Di sisi lain, suku bunga tidak memiliki pengaruh signifikan pada preferensi konsumen dalam investasi emas syariah.

oleh Dewi Tamara, Anita Maharani, Pantry Heriyati, Anom Bayu Romadian Seto, Kevin Nathanael (2023). Penelitian ini mengidentifikasi niat dan perilaku investor dalam berinvestasi emas melalui platform e-commerce. Variabel independent dalam penelitian ini meliputi *Attitude, Subjective Norms,*

*Perceived Behavioral Control, Perceived Usefulness,* serta *Perceived Ease of Use* dan menggunakan *Intention to Invest* sebagai variabel dependen. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Model yang digunakan pada penelitian ini mengadaptasi dari teori *decomposed Theory of Planned Behavior* (TPB) dan memasukkan elemen dari model TAM. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Attitude, Perceived Behavioral Control,* dan *Perceived Usefulness* memiliki hubungan yang signifikan dan positif dengan *Intention to Invest. Perceived Usefulness* juga memiliki hubungan yang signifikan dan positif dengan *Attitude.* Di sisi lain, *Subjective Norms* dan *Perceived Ease of Use* tidak signifikan terhadap *Intention to Invest*. *Perceived Ease of Use* juga tidak menunjukkan hubungan yang substansial dengan *Attitude.* Studi ini menyimpulkan bahwa sikap, persepsi kontrol perilaku, dan persepsi nilai guna terbukti meningkatkan niat investor dalam berinvestasi emas secara digital.

Ardiansyah Efendi dan Ginanjar Rahmawan (2022) meneliti pengaruh kemudahan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap niat pembeliat emas digital pada era pandemi COVID-19. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif yang diolah menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda. Variabel independen pada penelitian ini meliputi Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko. Sedangkan, variabel dependen pada penelitian ini adalah niat pembelian emas digital. Hasil dari penelitian ini mengemukakan bahwa variabel keamanan, kemudahan, dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada niat pembelian emas digital di era pandemi COVID-19. Di sisi lain, Variabel persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan pada niat pembelian emas digital di era pandemi COVID-19. Kesimpulannya, rasa aman, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan yang tinggi akan meningkatkan niat beli, sementara persepsi risiko yang tinggi justru akan menurunkan niat beli emas digital di masa pandemi.

Dengan demikian, melihat penelitian sebelumnya yang membahas faktor-faktor yang mempengaruhi niat investasi emas digital secara umum melalui platform e-commerce atau aplikasi investasi independen, maka, posisi penelitian ini lebih menitikberatkan pada bagaimana persepsi pengguna terbentuk mengenai investasi emas digital dalam konteks aplikasi perbankan syariah, yang terkhusus kepada fitur E-Mas dalam aplikasi Mobile Banking BSI dengan mempertimbangkan faktor *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use,* serta *Trust* terhadap layanan investasi digital berbasis syariah di lingkungan Universitas Islam Indonesia. (Sodik et al., 2022)

## C. Hipotesis

Hipotesis yaitu penjelasan sementara mengenai hasil dari penelitian yang akan dilakukan. Sifat dari hipotesis dapat sesuai dengan dugaan sementara dan dapat tidak sesuai dari dugaan sementara. Pernyataan sementara tersebut perlu dibuktikan kebenarannya dengan penelitian (Bugin, 2009).

### 1. Hubungan *Perceived Ease of Use* dengan Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI

*Perceived Ease of Use*, sebagai komponen dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM), menegaskan bahwa kemudahan penggunaan sebuah sistem atau teknologi akan mendorong seseorang untuk mengadopsinya. Artinya, jika seseorang merasa bahwa teknologi tersebut mudah dipelajari, dipahami, dan dioperasikan, mereka akan cenderung menerimanya. Mengacu pada penelitian terdahulu oleh Kurniawan, Milanda, dan Primastiwi (2024, 2022) yang menunjukkan bahwa Perceived Ease of Use berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi emas digital di Indonesia, namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tamara, Seto, Nathanael (2023) yang menunjukkan *Perceived Ease of Use* tidak menunjukkan hubungan yang substansial dengan *Intention to Invest dan Attitude* dalam berinvestasi emas digital, maka hipotesis yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

**$H_1$** : Persepsi kegunaan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh positif terhadap sikap terhadap penggunaan fitur E-mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI.

**2. Hubungan *Perceived Usefulness* dengan Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI**

*Perceived Usefulness* merupakan salah satu komponen dalam teori *Technology Acceptance Model* yang menekankan bahwa apabila seseorang meyakini sebuah sistem atau teknologi akan membantu mereka mencapai tujuan mereka dengan lebih efektif, maka mereka akan menggunakannya. Mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kurniawan, Milanda dan Primastiwi (2024, 2022) yang menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi emas digital di Indonesia, maka hipotesis yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

**$H_2$** : Persepsi kemudahan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh positif terhadap sikap terhadap penggunaan fitur E-mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI.

**3. Hubungan *Trust* dengan Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi Mobile Banking BSI**

Kepercayaan (*Trust*) merupakan salah satu faktor krusial dalam adopsi teknologi, terutama pada platform digital yang melibatkan transaksi finansial. Komponen ini menekankan keyakinan individu terhadap integritas, keamanan, dan keandalan sistem atau penyedia layanan. Mengacu pada penelitian terdahulu oleh Efendi dan Rahmawan (2022) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada niat pembelian emas digital di era pandemi COVID-19, serta penelitian Putri dan Yuliati (2022) yang mengidentifikasi kepercayaan sebagai moderator penting antara persepsi risiko dan niat perilaku dalam

penggunaan platform emas digital, maka hipotesis yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

**$H_3$** : Kepercayaan (*Trust*) berpengaruh positif terhadap sikap terhadap penggunaan fitur E-mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI.

**4. Hubungan *Attitude Toward Use* dengan Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI**

*Attitude Toward Using* merepresentasikan sikap atau pandangan individu terhadap penggunaan sebuah sistem atau teknologi, yang pada gilirannya akan memengaruhi niat mereka untuk menggunakannya. Komponen ini mencerminkan evaluasi keseluruhan pengguna, baik positif maupun negatif terhadap perilaku penggunaan teknologi. Mengacu pada penelitian terdahulu oleh Tamara et al. (2023) yang menunjukkan bahwa Attitude berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat berinvestasi emas digital, dan sejalan dengan penelitian Kurniawan, Milanda, dan Primastiwi (2022) yang menyatakan bahwa sikap pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi emas digital, maka hipotesis yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

**$H_4$** : Sikap terhadap penggunaan (*Attitude Toward Use*) berpengaruh positif terhadap niat penggunaan fitur E-mas pada aplikasi *Mobile Banking BSI* sebagai sarana investasi.

**5. Hubungan Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust, dan Attitude Toward Use dengan Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi Mobile Banking BSI**

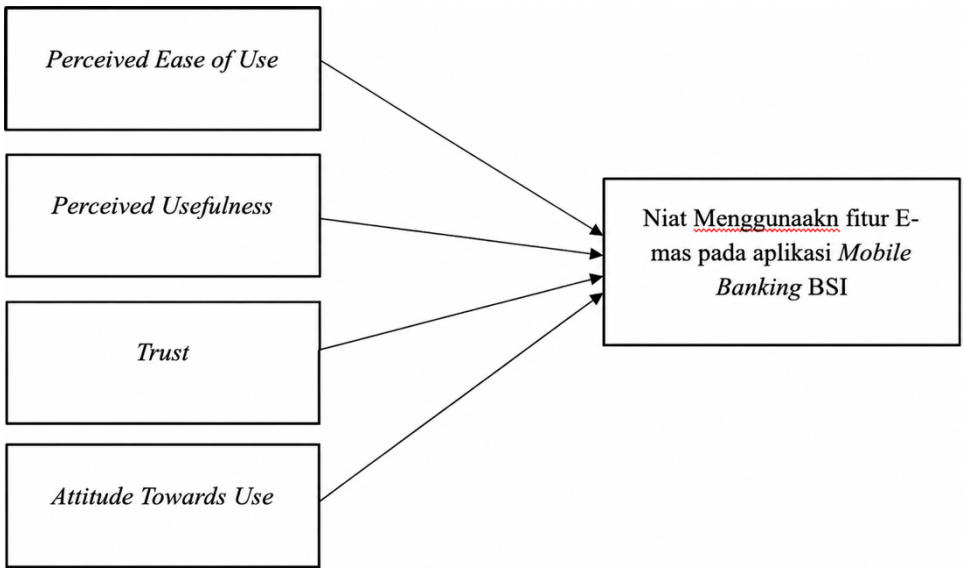
Komponen *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness* , dan *Trust* secara bersamaan memiliki peran krusial dalam penerimaan dan niat penggunaan teknologi finansial. Apabila pengguna merasakan kemudahan dalam berinteraksi dengan sistem, melihat manfaat yang jelas dari penggunaannya, dan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap

platform tersebut, maka kecenderungan untuk mengadopsi teknologi akan semakin besar. Mengacu pada penelitian terdahulu, studi oleh Efendi dan Rahmawan (2022) menunjukkan bahwa keamanan, kemudahan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian emas digital di era pandemi COVID-19. Maka hipotesis yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

**$H_5$** : *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust,* dan *Attitude Toward Use* berpengaruh positif terhadap Niat penggunaan fitur E-mas pada aplikasi *Mobile Banking BSI* sebagai sarana investasi.

## D. Kerangka Berpikir

Berdasarkan variabel pada penelitian, serta penggunaan Extended Technology Acceptance Model sebagai model penelitian, terbentuk kerangka berfikir penelitian yang menjelaskan relevansi antara variabel independen terhadap dependen pada penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:




Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir

# BAB III

# METODE PENELITIAN

## A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif sendiri adalah salah satu jenis penelitian yang sistematis, terstruktur serta terencana dengan jelas sejak awal sampai pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2011: 8) yaitu : "Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan".

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif. Metode deskriptif ini melibatkan pengumpulan data untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan tentang pendapat orang atas sebuah isu atau topik. Menurut Sugiyono (2011: 29) penelitian deskriptif merupakan metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang umum. Penelitian kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerikal yang diolah dengan metode statistik. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikasi hubungan antar variabel.

## B. Data dan Sumber Data

### 1. Tempat Penelitian

Penlelitian ini dilakukan di sekitar lingkungan Universitas Islam Indonesia yang terletak di jalan Jl. Kaliurang No.Km. 14,5, Krawitan, Umbulmartani

**2. Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan pada bulan Juni 2025 sampai dengan November 2025.

**3. Data dan Sumber Data**

**(a) Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka (Sugiyono, 2011;15). Dalam penelitian ini data kuantitatif yang diperlukan adalah : Jumlah responden dan hasil angket

**(b) Sumber Data**

Yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh (Arikunto, 2006;129). Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu:

- Sumber data primer, data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dari sumber utama. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini yaitu pengguna aktif aplikasi Mobile Banking BSI, khususnya pengguna fitur E-Mas yang telah menggunakan fitur tersebut minimal 1 kali transaksi dalam lingkungan Universitas Islam Indonesia.
- Sumber data sekunder, merupakan data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama yang tersusun dalam bentuk dokumen dokumen. Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data sekunder adalah artikel, jurnal, dan literatur terkait.

## C. Objek Penelitian

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2012), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas ; obyek/subyek yang mempunyai kualitas davn

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan definisi tersebut, populasi merupakan objek atau subjek di suatu wilayah yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh pengguna fitur E-Mas pada aplikasi Mobile Banking BSI. Sehingga, jumlah populasi pada penelitian ini belum diketahui

**b Sampel**

Menurut Sugiyono (2008:109)" sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi ". Dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang dianggap mewakili populasi karena memiliki karakteristik yang sama. Sampel memiliki fungsi sebagai perwakilan dari populasi yang diteliti, digunakan guna menarik kesimpulan dan menggambarkan kondisi populasi secara umum. Penentuan sampel menggunakan metode yang tepat dapat memberikan gambaran yang akurat tentang keadaan populasi yang sebenarnya. Sampel yang terlalu kecil memungkinkan suatu penelitian untuk tidak mencerminkan kondisi populasi secara akurat. Dan jika sampel terlalu besar, dapat menyebabkan pemborosan biaya dalam penelitian.

Teknik pengambilan sampel secara umum terbagi menjadi dua kategori, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling,* dengan jenis yang diterapkan adalah *purposive sampling. Purposive sampling* merupakan metode pemilihan sampel yang tidak dilakukan secara acak, melainkan berdasarkan kriteria atau karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. (Sugiyono, 2011)

Sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan kriteria berikut:

1. Aktif di lingkungan kampus Universitas Islam Indonesia (Mahasiswa, Dosen, atau Tenaga Kependidikan)
2. Menggunakan aplikasi Mobile Banking BSI

3. Sedang menggunakan atau berniat investasi emas digital menggunakan fitur E-Mas melalui aplikasi Mobile Banking BSI.

Berdasarkan kriteria tersebut, sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah pengguna aplikasi Mobile Banking BSI yang sedang menggunakan atau berniat investasi emas digital menggunakan fitur E-Mas melalui aplikasi Mobile Banking BSI. dan merupakan bagian aktif dalam lingkungan kampus Universitas Islam Indonesia

Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan rumus dari Lemeshow, karena jumlah populasi yang tidak diketahui pada penelitian ini. Berikut rumus dari Lemeshow yaitu:

$$n = \frac{z^2 1 - a/2(1 - P)}{d^2}$$

Dimana:

- $n =$ Jumlah sampel
- $Z =$ Skor z pada tingkat kepercayaan $95\% = 1{,}96$
- P = Maksimal estimasi populasi = 0,5
- D = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Melalui rumus di atas, dan dengan tingkat kesalahan sebesar 10% (0,1) maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{z^2 1 - a/2(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1{,}96^2 . 0{,}5(1-0{,}5)}{0{,}1^2}$$

$$n = \frac{3{,}8416.0{,}25}{0{,}01}$$

$$n = 96{,}04 = 100$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut, maka n yang didapatkan adalah 96,04. Dengan pembulatan keatas, maka penelitian ini mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sebanyak 100 orang.

## D. Teknik Pengumpulan Data

Tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data; tanpa memahami teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. **Dokumentasi**

   Yaitu dengan menghimpun dan menelaah data atau dokumen yang relevan untuk mendukung jalannya penelitian. Teknik dokumentasi digunakan sebagai metode pengumpulan data melalui pengkajian dokumen, baik dalam bentuk tertulis, visual, maupun digital. Metode ini lebih menekankan pada keberadaan bukti yang nyata. (Sugiyono, 2011)

2. **Kuesioner (Angket)**

   Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner untuk mencari data langsung dari anggota yang diambil sebagai sampel. Kuesioner ini diberikan kepada masyarakat di lingkungan Universitas Islam Indonesia yang telah menggunakan fitur E-Mas melalui aplikasi Mobile Banking BSI minimal 1 kali transaksi untuk

mengetahui tanggapan masyarakat terhadap fitur E-Mas itu sendiri. (Sugiyono, 2011)

## E. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yang digunakan, yaitu:

1. **Variabel bebas (X)**

   Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variable dependen (terikat), baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif. (Ferdinand, 2006:26). Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

   - Persepsi kemudahan *(Perceived Ease of Use)* (X1)
   - Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) (X2)
   - Kepercayaan (*Trust*) (X3)
   - Sikap terhadap penggunaan (Attitude Towards Use) (X4)

2. **Variable Terikat (Y)**

   variabel terikat adalah variabel yang nilainya tergantung dari variabel lain, dimana nilainya dapat berubah. Variabel dependen sering juga disebut variabel respon yang dilambangkan dengan Y. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi Mobile Banking BSI.

## F. Instrumen Penelitian

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner berupa sejumlah pertanyaan berstruktur yang harus dijawab oleh responden. Dalam kuesioner tersebut terdapat beberapa pertanyaan yang menyangkut tentang identitas responden seperti : Nama, umur, Jenis kelamin,serta pendidikan terakhir. Selain itu terdapat pula pertanyaan khusus yang berkaitan dengan topik penelitian.

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, umumnya alat

pengumpul data/instrumen penelitian yang digunakan oleh peneliti dikembangkan dari jabaran variabel penelitian yang dikembangkan dari teori-teori yang akan diuji melalui kegiatan penelitian yang dikerjakan.

Pada penilitian kali ini, peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner dengan skala *Likert* dengan 5 opsi jawaban. Skala *Likert* merupakan skala yang paling terkenal dan sering digunakan dalam penelitian karena dalam pembuatannya relatif lebih mudah dan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item- item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Berikut matrik pengembangan instrumen atau kisi-kisi instrumen yang digunakan dalam penelitian ini :

**Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Untuk Mengukur Niat Masyarakat di Lingkungan Universitas Islam Indonesia Dalam Menggunakan Fitur E-Mas Pada Aplikasi Mobile Banking BSI**

| Variabel | Indikator | Pertanyaan |
|---|---|---|
| **Persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) Menurut Teori Kurniawan et al (2024)** | Mempermudah Pekerjaan | 1. Fitur E-Mas mempermudah saya berinvestasi emas. |
| | | 2. Saya tidak perlu ke toko emas karena Fitur E Mas memudahkan transaksi online. |
| | Efektivitas Waktu | 3. Fitur E-Mas menghemat waktu saya saat membeli emas |
| | | 4. Waktu saya lebih efisien dengan fitur E- |

| Variabel | Indikator | Pertanyaan |
|---|---|---|
| | | Mas dibandingkan cara konvensional |
| | Bermanfaat | 5. Fitur E-mas memberi manfaat nyata bagi investasi saya |
| | | 6. Fitur E-Mas membantu saya mencapai tujuan keuangan. |
| | Meningkatkan Produktivitas | 7. Fitur E-Mas membantu saya mengelola invenstasi lebih produktif |
| | | 8. Fitur E-Mas memotivasi saya rutin berinvestasi |
| | Keakuratan Penggunaan | 9. Informasi pada fitur E-Mas akurat |
| | | 10. Transaksi emas melalui E-Mas akurat dan terpercaya |
| **Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) Menurut Teori Davis (1989) dan Kurniawan et al (2024)** | Kemudahan dalam Mengakses | 11. Fitur E-Mas mudah diakses kapan saja. |
| | | 12. Saya tidak kesulitan membuka fitur E-Mas di aplikasi |
| | Mudah di Pelajari | 13. Saya cepat mempelajari cara memakai fitur E-Mas |
| | Mudah di Kuasai | 14. Saya mudah menguasai penggunaan fitur E-Mas |

| Variabel | Indikator | Pertanyaan |
|---|---|---|
| | | 15. Saya tidak butuh bantuan khusus untuk memahami fitur E-Mas |
| | Mudah Menerapkan | 16. Saya mudah mengaplikasikan E-Mas untuk investasi |
| | | 17. Saya bisa langsung menggunakan E-Mas tanpa hambatan. |
| | Mudah di Kontrol | 18. Saya memiliki kendali penuh atas transaksi E-Mas |
| | | 19. Saya mudah mengatur investasi melalui E-Mas |
| | Mudah menjadi Mahir | 20. Saya bisa mahir menggunakan fitur E-Mas |
| **Kepercayaan (*Trust*) Menurut Teori Hamdan et al (2025)** | Keamanan | 21. Saya merasa data dan asset saya aman saat menggunakan E-Mas |
| | | 22. Sistem keamanan E-Mas dapat dipercaya |
| | Keandalan | 23. E-Mas bekerja konsisten sesuai harapan |
| | Integritas | 24. Informasi di E-Mas akurat dan transparan |
| | | 25. Aplikasi menunjukkan data emas dengan jujur |
| | Percaya bahwa suatu teknologi dapat di percaya | 26. Saya percaya fitur E-Mas dapat diandalkan untuk investasi |
| | Menaruh kepercayaan penuh pada suatu teknologi | 27. Saya yakin fitur E-Mas menjaga investasi dengan baik |

| Variabel | Indikator | Pertanyaan |
|---|---|---|
| | Percaya bahwa suatu teknologi akan melakukan tugasnya dengan benar meskipun tidak di awasi | 28. Saya percaya fitur E-Mas tetap berfungsi baik meski tidak diawasi. |
| | | 29. Saya merasa aman meski tidak selalu mengecek aplikasi |
| **Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Towards Use*) Menurut Teori Pratama & Bastian (2017) dan Kurniawan et al (2024)** | Komponen Kognitif | 30. Fitur E-Mas membantu saya dalam investasi |
| | | 31. Fitur E-Mas memberi manfaat finansial |
| | Komponen Afektif | 32. Saya senang menggunakan fitur E-Mas |
| | | 33. Saya menikmati transaksi emas lewat fitur E-Mas |
| | Komponen Konatif | 34. Saya berniat terus menggunakan E-Mas |
| | Sikap Penerimaan atau Penolakan | 35. Saya menerima fitur E-Mas sebagai cara baru investasi emas |
| | | 36. Saya tidak keberatan beralih dari investasi emas fisik ke fitur E-Mas |
| **Niat terhadap penggunaan (*Behavioral Intention to Use*) Menurut Teori Widiar et al (2023)** | Niat Perilaku | 37. Saya berniat rutin menggunakan fitur E-Mas |
| | | 38. Saya berencana terus memakai fitur E-Mas |
| | | 39. Saya ingin menjadikan E-Mas sebagai sarana investasi utama |
| | | 40. Saya tertarik menambah investasi lewat fitur E-Mas |

Pernyataan yang ada pada angket atau kuesioner yaitu pernyataan positif, maka penilaian pada kuesioner diatas adalah sebagai berikut :

**Notasi, Nilai atau Predikat Masing-Masing pilihan Untuk pernyataan Positif**

Tabel 3. 1 Skala *Liker*

| **Nilai** | Kriteria Jawaban Variable (X1,X2,X3) | Kriteria Jawaban Variable (Y) |
|---|---|---|
| 5 | Sangat Setuju | Sangat Setuju |
| 4 | Setuju | Setuju |
| 3 | Ragu-Ragu | Ragu-Ragu |
| 2 | Tidak Setuju | Tidak Setuju |
| 1 | Sangat Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |

Dalam hal ini perlu dibedakan antara hasil penelitian yang valid dan reliabel. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. (Sugiyono, 2011)

## G. Teknik Analisis Data

Untuk mendapatkan hasil data yang valid dan reliabel pada instrumen penelitian maka perlu dilakukan pengujian :

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti "instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur." Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah :

a. Jika nilai r hitung > nilai r tabel pada nilai signifikan 5%,maka item angket dinyatakan valid.

b. Jika nilai r hitung < nilai r tabel pada nilai signifikan 5%, maka item angket dinyatakan tidak valid.

**2. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. (Santoso, 2005)

Data item yang dianalisis dalam uji reliabilitas adalah data Rasio. Uji reliabilitas dilakukan dengan teknik Cronbach Alpha untuk mengetahui konsistensi alat ukur instrumen. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan, jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel. Menurut Santoso (2005;251), instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha >0,60

**3. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik adalah serangkaian tes yang dilakukan sebelum atau setelah melakukan analisis statistik tertentu, seperti regresi linear, analisis varians (ANOVA), atau uji hipotesis lainnya. Tujuan dari uji asumsi klasik adalah untuk memastikan bahwa data yang digunakan memenuhi beberapa asumsi dasar yang diperlukan untuk keberlakuan hasil analisis statistik tersebut. Uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini adalah :

a) Uji normalitas

Dalam Supriyanto & Masyhuri, (2010:256), Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak, Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah uji *Kolmogorov-Smirnov.* Jika nilai signifikansi dari hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* >0,05, maka tedistribusi normal dan sebaliknya terdistribusi tidak normal.

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menguji apakah sampel data mengikuti distribusi normal atau mendekati distribusi normal.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah ketidaksamaan varians dalam model regresi tetap. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. (Santoso, 2005)

Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi, dapat dilihat dari *Scatterplot* model tersebut dengan ketentuan sebagai berikut :

1) Penyebaran data berada di sekitar dan di atas angka 0
2) Penyebaran data yang berkumpul tidak hanya di bawah saja
3) Penyebaran data tidak boleh membentuk suatu pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
4) Penyebaran data sebaiknya tidak berpola

c) Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana variabel-variabel independen dalam model regresi berkorelasi satu sama lain. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terjadi masalah multikolinearitas. Untuk mengetahui apakah ada multikolineritas pada model regresi, lihat VIF di tabel Coefficient. Jika VIF kurang dari 10, itu menunjukkan bahwa tidak ada multikolineritas antar variabel bebas, maupun sebaliknya. (Santoso, 2005)

**4. Metode Analisis Data**

**a.** Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk melihat pengaruh dua variabel terikat secara Bersama-sama yang ditunjukkan oleh koefisien regresi (bi). Rumus persamaan regresinya adalah :

$$Y=b_0+b_1x_1+ b_2x_2+b_3x_3+ b_4x_4+e$$

Keterangan :

Y = Niat Penggunaan Fitur E-Mas

$B_0$ = Bilangan Konstanta

$B_1$ = Koefisien Regresi

$X_1$ = Persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

$B_2$ = Koefisien Regresi

$X_2$ = Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness)*

$B_3$ = Koefisien Regresi

$X_3$ = Kepercayaan (*Trust*)

$B_4$ = Koefisien Regresi

$X_4$ = Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Towards Use*)

e = Variabel pengganggu

b. Pengujian Hipotesis

1) Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat secara Bersama sama (Sugiyono, 2005:250) yaitu dengan membandingkan antara F hitung dengan F table pada tingkat keperayaan 5%. Apabila F hitung > F table maka semua variabel bebas berpengaruh secara Bersama sama terhadap variabel terikat.

2) Uji t ( Uji Parsial)

Uji parsial adalah uji statistik secara individu untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono 2005:223). Uji T digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara sendiri-sendiri. Pengujian ini dilakukan dengan cara

membandingkan nilai pada T table. Apabila T table > T hitung dengan nilai signifikan dibawah 5% maka secara parsial variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitupun sebaliknya

# BAB IV
# HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

## A. Hasil Pengumpulan Data

Hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan, memperoleh data yang berasal dari 4 variabel bebas (independent) yaitu, Persepsi Kemudahan (X1), Persepi Kegunaan (X2), Kepercayaan (X3), dan Sikap Terhadap Penggunaan (X4), Serta satu variabel terikat (dependen) yaitu Sikap Penggunaan fitur E-mas pada *mobile banking* BSI. Data primer merupakan hasil pengumpulan data, dan data yang terkumpul berasal dari kuesioner yang dibagikan kepada responden sesuai kriteria. Kuesioner dibagikan menggunakan media *google form* melalui berbagai macam sosial media. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan 142 responden yang telah sesuai dengan kriteria dan sampel yang di tetapkan pada Bab III.

### 1. Karakteristik Responden

Berikut ini Merupakan Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Status di lingkungan Universitas Islam Indonesia, Serta Fakultas/Unit pada lingkungan kampus:

#### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Laki-Laki | 60 | 42.3 |
| Perempuan | 82 | 57.7 |
| Total | 142 | 100.0 |

*Sumber :Data Penelitian*

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 60 (42,3%) dan responden Perempuan sebanyak 82 (57.7%).

**b. Karakteristik Responden Berdasarkan Status di lingkungan Universitas Islam Indonesia**

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status

| Status | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Dosen | 1 | 0.7 |
| Tenaga Kependidikan | 2 | 1.4 |
| Mahasiswa/Mahasiswi | 139 | 97.9 |
| Total | 142 | 100.0 |

*Sumber :*Data Penelitian

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji karakteristik responden berdasarkan status di lingkungan Universitas Islam Indonesia diketahui bahwa responden dengan status sebagai dosen sebanyak 2 (1.4%), responden dengan status sebagai Tenaga Kependidikan sebanyak 2 (1.4 %), dan responden dengan status sebagai Mahasiswa/Mahasiswi sebanyak 138 (97.2).

**c. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas / Unit di Universitas Islam Indonesia**

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas / Unit

| Status | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Fakultas Bisnis dan Ekonomika | 18 | 12.7 |
| Fakultas Kedokteran | 12 | 8.5 |
| Fakultas Teknologi Industri | 15 | 10.6 |
| Fakultas Psikologi | 15 | 10.6 |
| Fakultas Ilmu Budaya Sosial | 15 | 10.6 |
| Fakultas Hukum | 16 | 11.3 |

| | | |
|---|---|---|
| Fakultas Ilmu Agama Islam | 15 | 10.6 |
| Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan | 20 | 14.1 |
| Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam | 16 | 11.3 |
| Rektorat | 1 | 0.7 |
| Total | 142 | 100.0 |

*Sumber :*Data Penelitian

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji karakteristik responden berdasarkan Fakultas / Unit di lingkungan Universitas Islam Indonesia diketahui bahwa responden yang berasal dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika sebanyak 18 (12.7%), responden yang berasal dari Fakultas Kedokteran sebanyak 12 (8.5%), responden yang berasal dari Fakultas Teknologi Industri sebanyak 15 (10.6%), responden yang berasal dari Fakultas Psikologi sebanyak 15 (10.6%), responden yang berasal dari Fakultas Ilmu Budaya Sosial sebanyak 15 (10.6), responden yang berasal dari Fakultas Hukum sebanyak 16 (11.3%), responden yang berasal dari Fakultas Ilmu Agama Islam sebanyak 14 (9.9%), responden yang berasal dari Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan sebanyak 20 (14.1%), responden yang berasal dari Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam sebanyak 16 (11.3%), dan responden yang berasal dari Rektorat sebanyak 2 (0.7%).

## B. Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, standar deviasi, dan lain-lain dari setiap variabel yang digunakan. Dalam

penelitian ini memanfaatkan sampel sebanyak 142 responden, dengan variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Kepercayaan, serta Sikap Terhadap Penggunaan. Hasil dari uji statistik sebagai berikut:

1. **Uji Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan**

Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Persepsi Kemudahan

| Pertanyaan | Frekuensi | | | | | Mean |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | SS(%) | S(%) | RR(%) | TS(%) | STS(%) | |
| X1.1 | 2(1.4%) | 31(21.8%) | 89(62.7%) | 20(14.1%) | - | 3.10 |
| X1.2 | 1(0.7%) | 34(23.9%) | 85(59.9%) | 22(15.5%) | - | 3.09 |
| X1.3 | 1(0.7%) | 32(22.5%) | 91(64.1%) | 18(12.7%) | - | 3.11 |
| X1.4 | 3(2.1%) | 33(23.2%) | 85(59.9%) | 21(14.8) | - | 3.12 |
| X1.5 | 3(2.1%) | 36(25.4%) | 81(57.0%) | 22(15.5%) | - | 3.14 |
| X1.6 | - | 36(25.4%) | 83(58.5%) | 22(15.5%) | 1(0.7%) | 3.08 |
| X1.7 | 2(1.4%) | 34(23.9%) | 85(59.9%) | 20(14.1%) | 1(0.7%) | 3.11 |
| X1.8 | 1(0.7%) | 33(23.2%) | 90(63.4%) | 17(12.0%) | 1(0.7%) | 3.11 |
| X1.9 | 1(0.7%) | 33(23.2%) | 89(62.7%) | 18(12.7%) | 1(0.7%) | 3.10 |
| X1.10 | 1(0.7%) | 41(28.9%) | 77(54.2%) | 23(16.2%) | - | 3.14 |

*Sumber :*Data Penelitian

Berdasarkan tabel diatas, diketahui jawaban responden paling besar terletak pada item/pertanyaan X1.3 sebanyak 91 atau 64.1% responden yang memberikan nilai **3 dari 5 pada skala likert** mengenai "Fitur E-Mas menghemat waktu saya saat membeli emas". artinya sebagian besar responden memberikan penilaian yang berada pada titik tengah skala likert.

**2. Uji Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan**

Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Persepsi Kegunaan

| Pertanyaan | Frekuensi | | | | | Mean |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | SS(%) | S(%) | RR(%) | TS(%) | STS(%) | |
| X2.1 | - | 37(26.1%) | 91(64.1%) | 37(26.1%) | 1(0.7%) | 2.81 |
| X2.2 | 2(1.4%) | 15(10.6%) | 84(59.2%) | 40(28.2%) | 1(0.7%) | 2.83 |
| X2.3 | 1(0.7%) | 16(11.3%) | 83(58.5%) | 42(29.6%) | - | 2.83 |
| X2.4 | 1(0.7%) | 13(9.2%) | 90(63.4%) | 37(26.1%) | 1(0.7%) | 2.83 |
| X2.5 | 2(1.4%) | 17(12.0%) | 81(57.0%) | 41(28.9%) | 2(1.4%) | 2.81 |
| X2.6 | 1(0.7%) | 16(11.3%) | 86(60.6%) | 38(26.8%) | 1(0.7%) | 2.84 |
| X2.7 | 1(0.7%) | 12(8.5%) | 88(62.0%) | 40(28.2%) | 1(0.7%) | 2.80 |
| X2.8 | - | 13(9.2%) | 89(62.7%) | 39(27.5%) | 1(0.7%) | 2.80 |
| X2.9 | 1(0.7%) | 12(8.5%) | 89(62.7%) | 38(26.8%) | 2(1.4%) | 2.80 |
| X2.10 | 1(0.7%) | 15(10.6%) | 90(63.4%) | 34(23.9%) | 2(1.4%) | 2.85 |

*Sumber :*Data Penelitian

Berdasarkan tabel diatas, diketahui jawaban responden paling besar terletak pada item/pertanyaan X2.1 sebanyak 91 atau 64.1% responden yang memberikan nilai **3 dari 5 pada skala likert** mengenai "Fitur E-Mas mudah diakses kapan saja." artinya sebagian besar responden memberikan penilaian yang berada pada titik tengah skala likert.

**3. Uji Deskriptif Variabel Kepercayaan**

Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Kepercayaan

| Pertanyaan | Frekuensi | | | | | Mean |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | SS(%) | S(%) | RR(%) | TS(%) | STS(%) | |
| X3.1 | 3(2.1%) | 46(32.4%) | 71(50.0%) | 20(14.1%) | 2(1.4%) | 3.19 |
| X3.2 | 3(2.1%) | 54(38.0%) | 67(47.2%) | 18(12.7%) | - | 3.29 |
| X3.3 | 5(3.5%) | 49(34.5%) | 67(47.2%) | 21(14.8%) | - | 3.26 |
| X3.4 | 4(2.8%) | 49(34.5%) | 67(47.2%) | 21(14.8%) | 1(0.7%) | 3.23 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **X3.5** | 6(4.2%) | 44(31.0%) | 72(50.7%) | 20(14.1%) | - | 3.25 |
| **X3.6** | 6(4.2%) | 49(34.5%) | 73(51.4%) | 14(9.9%) | - | 3.33 |
| **X3.7** | 5(3.5%) | 49(34.5%) | 69(48.6%) | 19(13.4%) | - | 3.28 |
| **X3.8** | 4(2.8%) | 48(33.8%) | 75(52.8%) | 14(9.9%) | 1(0.7%) | 3.31 |
| **X3.9** | 4(2.8%) | 48(33.8%) | 75(52.8%) | 14(9.9%) | 1(0.7%) | 3.28 |

*Sumber :*Data Penelitian

Berdasarkan tabel diatas, diketahui jawaban responden paling besar terletak pada item/pertanyaan X3.8 & X3.9 sebanyak 75 atau 52.8% responden yang memberikan penilaian **3 dari 5 pada skala likert** mengenai "Saya percaya fitur E-Mas tetap berfungsi baik meski tidak diawasi" dan "Saya merasa aman meski tidak selalu mengecek aplikasi". Artinya 75 responden memberikan penilaian yang berada pada titik tengah skala likert.

### 4. Uji Deskriptif Variabel Sikap Terhadap Penggunaan

Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Sikap Terhadap Penggunaan

| **Pertanyaan** | **Frekuensi** | | | | | **Mean** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **SS(%)** | **S(%)** | **RR(%)** | **TS(%)** | **STS(%)** | |
| **X4.1** | - | 11(7.7%) | 66(46.5%) | 60(42.3%) | 5(3.5%) | 2.58 |
| **X4.2** | - | 11(7.7%) | 73(51.4%) | 53(37.3%) | 5(3.5%) | 2.63 |
| **X4.3** | 1(0.7%) | 11(7.7%) | 66(46.5%) | 58(40.8%) | 6(4.2%) | 2.59 |
| **X4.4** | 1(0.7%) | 9(6.3%) | 69(48.6%) | 59(41.5%) | 4(2.8%) | 2.60 |
| **X4.5** | 1(0.7%) | 13(9.2%) | 71(50.0%) | 55(38.7%) | 2(1.4%) | 2.69 |
| **X4.6** | | 12(8.5%) | 61(43.0%) | 64(45.1%) | 5(3.5%) | 2.56 |
| **X4.7** | 1(0.7%) | 11(7.7%) | 64(45.1%) | 62(43.7%) | 4(2.8%) | 2.59 |

*Sumber :*Data Penelitian

Berdasarkan tabel diatas, diketahui jawaban responden paling besar terletak pada item/pertanyaan X4.2 sebanyak 73 atau 51.4% responden yang memberikan nilai **3 dari 5 pada skala likert** mengenai "Fitur E-Mas

memberi manfaat finansial". Artinya sebanyak 73 responden memberikan penilaian yang berada pada titik tengah skala likert.

### 5. Uji Deskriptif Variabel Niat terhadap Penggunaan

Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Niat Terhadap Penggunaan

| Pertanyaan | Frekuensi | | | | | Mean |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | SS(%) | S(%) | RR(%) | TS(%) | STS(%) | |
| X4.1 | 4(2.8%) | 42(29.6%) | 73(51.4%) | 22(15.5%) | 1(0.7%) | 3.18 |
| X4.2 | 2(1.4%) | 35(24.6%) | 78(54.9%) | 27(19.0%) | - | 3.08 |
| X4.3 | 2(1.4%) | 36(25.4%) | 77(54.2%) | 23(16.2%) | 4(2.8%) | 3.06 |
| X4.4 | 3(2.1%) | 39(27.5%) | 70(49.3%) | 30(21.1%) | - | 3.10 |
| X4.5 | 4(2.8%) | 33(23.2%) | 78(54.9%) | 22(15.5%) | 5(3.5%) | 3.06 |

*Sumber :*Data Penelitian

Berdasarkan tabel diatas, diketahui jawaban responden paling besar terletak pada item/pertanyaan Y.2 dan Y.5 sebanyak 78 atau 54.9% responden yang memberikan nilai **3 dari 5 pada skala likert** mengenai "Saya berencana terus memakai fitur E-Mas" dan "Saya tertarik menambah investasi lewat fitur E-Mas". Artinya sebanyak 78 responden memberikan penilaian yang berada pada titik tengah skala likert.

## C. Uji Instrumen

### 1. Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengetahui apakah data yang diperoleh setelah penelitian valid atau tidak, dengan menggunakan kuesioner sebagai alat ukur yang digunakan. Uji validitas dilakukan pada 142 responden di lingkungan Universitas Islam Indonesia yang sedang menggunakan atau berniat menggunakan fitur E-mas pada aplikasi *mobile banking* BSI. Hasil dari uji validitas yang diperoleh pada penelitian ini ditampilkan dalam bentuk table berikut: (Santoso, 2005)

Tabel 4. 9 Uji Validitas

| Variabel | Item | R-hitung | R-tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|---|
| Persepsi Kemudahan | 1 | 0,838 | 0,165 | Valid |
| | 2 | 0,819 | 0,165 | Valid |
| | 3 | 0,846 | 0,165 | Valid |
| | 4 | 0,831 | 0,165 | Valid |
| | 5 | 0,867 | 0,165 | Valid |
| | 6 | 0,837 | 0,165 | Valid |
| | 7 | 0,832 | 0,165 | Valid |
| | 8 | 0,801 | 0,165 | Valid |
| | 9 | 0,846 | 0,165 | Valid |
| | 10 | 0,861 | 0,165 | Valid |
| Persepsi Kegunaan | 1 | 0,813 | 0,165 | Valid |
| | 2 | 0,855 | 0,165 | Valid |
| | 3 | 0,826 | 0,165 | Valid |
| | 4 | 0,831 | 0,165 | Valid |
| | 5 | 0,867 | 0,165 | Valid |
| | 6 | 0,868 | 0,165 | Valid |
| | 7 | 0,867 | 0,165 | Valid |
| | 8 | 0,826 | 0,165 | Valid |
| | 9 | 0,858 | 0,165 | Valid |
| | 10 | 0,867 | 0,165 | Valid |
| Kepercayaan | 1 | 0,844 | 0,165 | Valid |
| | 2 | 0,866 | 0,165 | Valid |
| | 3 | 0,877 | 0,165 | Valid |
| | 4 | 0,857 | 0,165 | Valid |
| | 5 | 0,845 | 0,165 | Valid |
| | 6 | 0,826 | 0,165 | Valid |
| | 7 | 0,874 | 0,165 | Valid |
| | 8 | 0,869 | 0,165 | Valid |
| | 9 | 0,843 | 0,165 | Valid |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Sikap Terhadap Penggunaan | 1 | 0,868 | 0,165 | Valid |
| | 2 | 0,861 | 0,165 | Valid |
| | 3 | 0,867 | 0,165 | Valid |
| | 4 | 0,837 | 0,165 | Valid |
| | 5 | 0,861 | 0,165 | Valid |
| | 6 | 0,905 | 0,165 | Valid |
| | 7 | 0,867 | 0,165 | Valid |
| Niat Terhadap Penggunaan | 1 | 0,874 | 0,165 | Valid |
| | 2 | 0,847 | 0,165 | Valid |
| | 3 | 0,828 | 0,165 | Valid |
| | 4 | 0,878 | 0,165 | Valid |

*Sumber :*Data Penelitian

Diketahui nilai r table dalam penelitian ini dimana n = 142 dan sig. 0,05 sebesar 165. Berdasarkan hasil uji validitas pada table diatas didapatkan nilai r-hitung pada seluruh item pernyataan lebih besar dari r - tabel. Maka dapat diartikan bahwa seluruh butir/item pertanyaan berstatus valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

**2. Uji Realibilitas**

Tujuan uji realibilitas adalah untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji realibilitas dilakukan terhadap sebanyak 142 responden di lingkungan Universitas Islam Indonesia yang sedang menggunakan atau berniat menggunakan fitur E-mas pada aplikasi *mobile banking* BSI, dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang sudah valid dalam uji validitas, dan ditentukan realibilitasnya. Hasil dari uji realibilitas yang diperoleh pada penelitian ini ditampilkan dalam bentuk table berikut: (Santoso, 2005)

Tabel 4. 10 Uji Realibilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Nilai Kritis | Keterangan |
|---|---|---|---|
| Persepsi Kemudahan | 0,953 | 0,7 | Reliabel |
| Persepsi Kegunaan | 0,956 | 0,7 | Reliabel |
| Kepercayaan | 0,954 | 0,7 | Reliabel |
| Sikap Terhadap Penggunaan | 0,945 | 0,7 | Reliabel |
| Niat Terhadap Penggunaan | 0,879 | 0,7 | Reliabel |

*Sumber :*Data Penelitian

Dari table uji realibilitas diketahui nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Persepsi Kemudahan sebesar 0,953 > 0,7, pada variabel Persepsi Kegunaan sebesar 0,956 > 0,7, pada variabel Kepercayaan 0,954 > 0,7, pada variabel Sikap Terhadap Penggunaan sebesar 0,945 > 0,7, dan variabel Niat Terhadap Penggunaan sebesar 0,879 > 0,7. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh butir/item pertanyaan reliabel atau konsisten dari waktu ke waktu.

## D. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan uji *one sample kolmogorov-smirnov* dengan taraf sig. 0,06. Dalam mengambil keputusan pada uji ini menggunakan dasar pedoman sebagai berikut:

1) Jika Sig. (signifikansi) < 0,05, maka tidak terdistribusi dengan normal pada distribusi data
2) Jika Sig. (signifikansi) > 0,05, maka terdistribusinya dengan normal pada distribusi data

Hasil dari uji normalitas pada penelitian ini ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 11 Uji Normalitas

| **Statistik** | | **Unstadardized Residual** |
|---|---|---|
| N | | 142 |
| Normal Parameters[a,b] | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.73088314 |
| Test Statistic | | 0.39 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) [c] | | 0.200 [d] |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) [e] | | .863 |

*Sumber :Data Penelitian*

Dari tabel diatas diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) [c] sebesar 0,200 > 0,05 dan pada Monte Carlo Sig. (2-tailed) [e] sebesar 0,863. Dari hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal dan peneliti dapat melanjutkan ke tahap berikutnya.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel-variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independent. Jika variabel independent memiliki korelasi yang tinggi, maka hubungan antara variabel independent dan variabel dependen terganggu. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat VIF (*Variance Inflation Factor*) antara variabel independen. Apabila nilai toleransi > 0.10 dan nilai VIF < 10 maka variabel bebas dari multikolinearitas. Hasil dari uji multikolinearitas ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 12 Uji Multikolinearitas

| **Variabel** | **Collinearity Statistics** | | **Keterangan** |
|---|---|---|---|
| | **Tolerance** | **VIF** | |
| Persepsi Kemudahan | .978 | 1.022 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| Persepsi Kegunaan | .995 | 1.005 | |
| Kepercayaan | .991 | 1.009 | |
| Sikap Terhadap Penggunaan | .983 | 1.017 | |

*Sumber :*Data Penelitian

Dari tabel hasil uji multikolinearitas diketahui nilai *tolerance* dan VIF pada variabel Persepsi Kemudahan sebesar 0,978 > 0,1 dan 1,022 < 10, pada variabel Persepsi Kegunaan sebesar 0,995 > 0,1 dan 1,005 <10, pada Kepercayaan sebesar 0,991 > 0,1 dan 1,009 < 10 dan pada Sikap Terhadap Penggunaan 0,983 > 0,1 dan 1,017 < 10. Dari hasiltersebut maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas terjadi pada pengujian ini jika kesalahan model yang diamati tidak memiliki variasi yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika nilai probabilitas > 0,05% maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 13 Uji Heteroskedastisitas

| Variabel | Sig. | Keterangan |
|---|---|---|
| Persepsi Kemudahan | .661 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |
| Persepsi Kegunaan | .963 | |
| Kepercayaan | .326 | |
| Sikap Terhadap Penggunaan | .816 | |

*Sumber :*Data Penelitian

Dari tabel hasil uji heteroskedastisitas diketahui nilai sig. pada variabel Persepsi Kemudahan sebesar 0,661 > 0,05, pada variabel persepsi Kemudahan sebesar 0,963 > 0,05, pada variabel Kepercayaan sebesar 0,326 > 0,05, dan pada variabel Sikap Terhadap Penggunaan sebesar 0,816 > 0,05. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterskedastisitas pada data penelitian.

## E. Uji Hipotesis

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang bertujuan untuk menganalisis data yang bersifat *multivariate* atau lebih dari satu variabel independent. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, terdapat empat variabel independent yaitu Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan,

Kepercayaan, dan Sikap Terhadap Pengunaan. Hasil dari analisis linear berganda ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 14 Analisis Linear Berganda

| | | **Unstandardized Coefficients** | | **Sig** |
|---|---|---|---|---|
| | | **B** | **Std. Error** | |
| 1 | (Constant) | -7.503 | 1.590 | .000 |
| | Persepsi Kemudahan | .198 | .027 | .000 |
| | Persepsi Kegunaan | .217 | .028 | .000 |
| | Kepercayaan | .178 | .026 | .000 |
| | Sikap Terhadap Penggunaan | .237 | .035 | .000 |

*Sumber :*Data Penelitian

Dari tabel diatas maka didapatkan persamaan sebagai berikut Y = -7,503 + 0,246X1 + 0,279X2 + 0,178X3 + 0,237X4 + e.

Berikut penjelasan dari persamaan tersebut:

1. Nilai konstanta sebesar -7,503. Artinya, jika variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Kepercayaan dan Sikap Terhadap Penggunaan nilai tetap atau tidak mengalami peningkatan, maka variabel Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI nilainya sebesar -7,503
2. Nilai koefisien regresi pada variabel Persepsi Kemudahan sebesar 0,198. Artinya, jika variabel Persepsi Kemudahan naik satu satuan, maka variabel Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI naik 0,198
3. Nilai koefisien regresi pada variabel Persepsi Kegunaan sebesar 0.217. artinya, jika variabel Persepsi Kegunaan naik satu satuan, maka variabel Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI naik 0,217
4. Nilai koefisien regresi pada variabel Kepercayaan sebesar 0,178. Artinya, jika variabel Kepercayaan naik satu satuan, maka variabel

Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI naik 0,148

5. Nilai koefisien regresi pada variabel Sikap Terhadap Penggunaan sebesar 0,237. Artinya, jika variabel Sikap Terhadap Penggunaan naik satu satuan, maka variabel Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI naik 0,237.

**2. Uji Koefisien Determinasi ($R^2$)**

Hasil dari pengolahan data untuk uji koefisien determinasi ($R^2$) ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi

| R | R Square | Keterangan |
|---|---|---|
| .740[a] | .547 | Berpengaruh Kuat |

*Sumber :*Data Penelitian

Dari tabel diatas, diketahui nilai R s*quare* sebesar 0,547 atau 0,547 X 100 = 54,7%. Artinya, total pengaruh yang diberikan variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Kepercayaan dan Sikap Terhadap Penggunaan terhadap Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI sebesar 54,7% dan sisanya sebesar 45,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti.

**3. Uji Parsial (Uji t)**

Hasil dari pengolahan data untuk uji parsial (uji t) ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 16 Uji T

| Variabel | t | Sig. | Keterangan |
|---|---|---|---|
| Persepsi Kemudahan | 7.264 | .000 | Signifikan |
| Persepsi Kegunaan | 7.888 | .000 | Signifikan |
| Kepercayaan | 5,597 | .000 | Signifikan |
| Sikap Terhadap Penggunaan | 5.061 | .000 | Signifikan |

*Sumber :*Data Penelitian

Diketahui nilai t tabel sebesar 1,967. Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pada variabel Persepsi Kemudahan, diketahui nilai t hitung sebesar

   7,264 > nilai t tabel 1,967 serta sig. sebesar 0,000 < 0,05. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI atau $H^1$ diterima.

b. Pada variabel Persepsi Kegunaan, diketahui nilai t hitung sebesar 7,888

   > nilai t tabel 1,967 serta sig. sebesar 0,000 < 0,05. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kegunaan berpengaruh terhadap Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI atau $H^2$ diterima.

c. Pada variabel Kepercayaan, diketahui nilai t hitung sebesar 5,597 > nilai t tabel 1,967 serta sig. sebesar 0,000 < 0,05. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan berpengaruh terhadap Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI atau $H^3$ diterima.

d. Pada variabel Sikap Terhadap Penggunaan diketahui nilai t hitung sebesar 5,061 > nilai t tabel 1,967 serta sig sebesar 0,000 < 0,05. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Sikap Terhadap Penggunaan berpengaruh terhadap

Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI atau $H^4$ diterima.

**4. Uji Simultan (Uji F)**

Hasil dari pengolahan data untuk uji simultan (Uji F) ditampilkan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.17** Uji F

| F | Sig. | Keterangan |
|---|---|---|
| 41.391 | .000[b] | Signifikan |

*Sumber :*Data Penelitian

Diketahui nilai f tabel dimana n = 142 dan k = 4 sebesar 2,67. Dari tabel diatas diketahui nilai f hitung sebesar 41,391 > nilai f tabel 2,67 serta sig. sebesar 0,000 < 0,05. Dari hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan, variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Kepercayaan dan Sikap Terhadap Penggunaan berpengaruh terhadap Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI atau $H^5$ diterima.

## F. Pembahasan

### 1. Pengaruh *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan) terhadap Niat Menggunakan fitur E-mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI

Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini memperlihatkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel 4.14, diperoleh koefisien regresi sebesar 0,198 yang menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan mempengaruhi Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI secara positif. Hal ini menjelaskan bahwa setiap kemudahan mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka Niat investasi akan mengalami kenaikan sebesar 0,198 satuan. Berdasarkan pada nilai sig. lebih kecil dari 5% (0,000 < 0,05) ini membuktikan bahwa H1 yaitu Persepsi Kemudahan memiliki pengaruh

positif terhadap Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI sebagai sarana investasi.

Dalam teori TAM, kemudahan penggunaan merupakan determinan penting yang memengaruhi sikap pengguna. Jika teknologi mudah dijalankan, dipelajari, dan tidak membutuhkan usaha besar, maka pengguna akan menilai teknologi lebih baik dan lebih bermanfaat.

Temuan ini memperkuat poin bahwa kemudahan berperan penting dalam adopsi layanan digital, terutama untuk transaksi finansial yang sensitif seperti investasi emas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kurniawan, Milanda, dan Primastiwi (2024, 2022) yang menemukan pengaruh positif PEOU terhadap penggunaan aplikasi emas digital. Meskipun terdapat penelitian seperti Tamara, Seto, dan Nathanael (2023) yang menunjukkan hasil berbeda, hasil penelitian ini tetap konsisten dengan kerangka teori TAM serta mayoritas penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan mendorong sikap positif terhadap teknologi.

Dengan demikian, H1 dinyatakan terbukti dan didukung oleh teori serta bukti empiris.

**2. Pengaruh *Perceived Usefulness* (Persepsi Kegunaan) terhadap Niat Menggunakan fitur E-mas pada aplikasi Mobile Banking BSI**

Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan uji regresi linear berganda, diperoleh koefisien regresi sebesar 0,217 yang menunjukkan bahwa Persepsi Kegunaan mempengaruhi Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI secara positif. Hal ini menjelaskan bahwa setiap manfaat yang dirasakan mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka Niat investasi akan mengalami kenaikan sebesar 0,217 satuan. Berdasarkan pada nilai sig. lebih kecil dari 5% (0,000 < 0,05) ini membuktikan bahwa H2 yaitu Persepsi Kemudahan memiliki pengaruh

positif terhadap Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI sebagai sarana investasi.

Temuan ini sejalan dengan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), yang menjelaskan bahwa persepsi kegunaan merupakan faktor utama dalam membentuk sikap terhadap penggunaan teknologi. Ketika pengguna merasa teknologi memberikan keuntungan nyata, seperti kemudahan transaksi emas, efisiensi waktu, atau potensi profit, maka mereka akan cenderung terbuka dan positif terhadap penggunaannya.

Hasil ini juga konsisten dengan penelitian Kurniawan, Milanda, dan Primastiwi (2024, 2022) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi emas digital di Indonesia. Dengan demikian, H2 dalam penelitian ini terbukti dan terdukung oleh teori maupun temuan empiris terdahulu.

**3. Pengaruh *Trust* (Kepercayaan) terhadap Niat Menggunakan fitur E-mas pada aplikasi Mobile Banking BSI**

Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan uji regresi linear berganda, diperoleh koefisien regresi sebesar 0,148 yang menunjukkan bahwa Kepercayaan mempengaruhi Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI secara positif. Hal ini menjelaskan bahwa setiap keamanan dan integritas mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka Niat investasi akan mengalami kenaikan sebesar 0,148 satuan. Berdasarkan pada nilai sig. lebih kecil dari 5% (0,000 < 0,05) ini membuktikan bahwa H3 yaitu Kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI sebagai sarana investasi.

Dalam konteks adopsi teknologi, kepercayaan merupakan salah satu faktor krusial yang memengaruhi penerimaan pengguna, terutama pada platform digital yang melibatkan transaksi finansial. Hal ini sejalan dengan temuan Efendi dan Rahmawan (2022) yang menunjukkan bahwa

kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Niat pembelian emas digital. Selain itu, Putri dan Yuliati (2022) menegaskan bahwa kepercayaan mampu memperkuat hubungan antara persepsi risiko dan niat penggunaan teknologi keuangan.

Meskipun demikian, hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa variabel Trust memiliki nilai koefisien pengaruh paling kecil dibandingkan variabel yang lainnya. Hal ini menandakan bahwa meskipun kepercayaan tetap memberikan kontribusi positif, pengaruhnya terhadap sikap pengguna relatif lebih rendah dibandingkan faktor kegunaan dan kemudahan penggunaan. Dengan kata lain, pengguna aplikasi Mobile Banking BSI lebih mengutamakan manfaat dan kemudahan fitur E-Mas daripada aspek kepercayaannya ketika membentuk sikap terhadap penggunaan fitur tersebut.

Temuan ini tetap konsisten dengan teori TAM, yang menempatkan kegunaan dan kemudahan sebagai faktor utama pembentuk sikap. Namun demikian, Trust tetap memainkan peran penting karena berhubungan langsung dengan keamanan dan kenyamanan pengguna dalam konteks transaksi finansial. Dengan demikian, H3 tetap diterima dan terdukung oleh teori serta bukti empiris yang ada.

**4. Pengaruh *Attitude Toward Use* (Sikap Terhadap Penggunaan) terhadap Niat Menggunakan fitur E-mas pada aplikasi Mobile Banking BSI**

Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan uji regresi linear berganda, diperoleh koefisien regresi sebesar 0,179 yang menunjukkan bahwa Kepercayaan mempengaruhi Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI secara positif. Hal ini menjelaskan bahwa semakin positif sikap penggunaan suatu fitur mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka Niat investasi akan mengalami kenaikan sebesar 0,179 satuan. Berdasarkan pada nilai sig. lebih kecil dari 5% (0,000 < 0,05) ini membuktikan bahwa H4 yaitu Sikap Terhadap Penggunaan memiliki

pengaruh positif terhadap Niat menggunakan fitur E-Mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI sebagai sarana investasi.

Temuan ini sepenuhnya sejalan dengan TAM, yang menyatakan bahwa sikap merupakan faktor langsung yang memengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*). Sikap positif akan meningkatkan kemungkinan pengguna untuk memilih, mempertahankan, atau meningkatkan penggunaan teknologi.

Hasil ini didukung oleh penelitian Tamara et al. (2023) yang menemukan bahwa sikap pengguna berpengaruh signifikan terhadap Niat investasi emas digital. Konsistensi juga terlihat pada penelitian Kurniawan, Milanda, dan Primastiwi (2022), yang menyatakan bahwa sikap pengguna memberikan dampak positif pada Niat penggunaan aplikasi emas digital. Dengan demikian, H4 dapat diterima dan didukung oleh dasar teori maupun penelitian sebelumnya.

5. **Pengaruh *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust,* dan *Attitude Toward Use* terhadap Niat Menggunakan fitur E-mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI**

Dari hasil pengujian nilai F hitung diperoleh nilai sebesar 41.391 sedangkan nilai F tabel sebesar 2,67. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi yang diperoleh di bawah 5% (0,000 < 0,05) dan nilai F hitung lebih besar dari F tabel (41.391 > 2,67) Maka hipotesis yang menyatakan "*Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust,* dan *Attitude Toward Use* berpengaruh terhadap Niat Menggunakan fitur E-mas pada aplikasi Mobile Banking BSI" atau H5 dinyatakan **diterima.**

Berdasarkan hasil uji *Adjusted* $R^2$ pada penelitian ini , diperoleh nilai sebesar 0,547. Artinya, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Kepercayaan, dan Sikap Terhadap Penggunaan berpengaruh sebesar 54,7% terhadap Niat menggunakan fitur E-mas pada aplikasi *mobile banking* BSI sebagai sarana investasi. Sedangkan, sisanya sebesar 45,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari variabel yang diteliti.

Hasil ini didukung oleh penelitian Efendi dan Rahmawan (2022) yang menemukan bahwa keamanan, kemudahan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat pembelian emas digital. Konsistensi juga terlihat pada penelitian Kurniawan, Milanda, dan Primastiwi (2024), yang menyatakan bahwa seluruh variabel TAM secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi emas digital. Dengan demikian, H5 dapat diterima dan didukung oleh dasar teori maupun penelitian sebelumnya.

# BAB V

# KESIMPULAN

## A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengujian yang dilakukan menghasilkan bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap Niat menggunakan fitur E-mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI sebagai sarana investasi. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,198 dan nilai signifikansi t hitung sebesar 0,000 (0,000 < 0,05). Nilai t hitung yang didapatkan sebesar 7,246 > t tabel 1,967
2. Pengujian yang dilakukan menghasilkan bahwa Persepsi Kegunaan berpengaruh positif terhadap Niat menggunakan fitur E-mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI sebagai sarana investasi. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,217 dan nilai signifikansi t hitung sebesar 0,000 (0,000 < 0,05). Nilai t hitung yang didapatkan sebesar 7,888 > t tabel 1,967
3. Pengujian yang dilakukan menghasilkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Niat menggunakan fitur E-mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI sebagai sarana investasi. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,148 dan nilai signifikansi t hitung sebesar 0,000 (0,000 < 0,05). Koefisien regresi yang didapatkan pada variabel kepercayaan adalah nilai terkecil dari variabel lainnya. Nilai t hitung yang didapatkan sebesar 5,597 > t tabel 1,967
4. Pengujian yang dilakukan menghasilkan bahwa Sikap Terhadap Penggunaan berpengaruh positif terhadap Niat menggunakan fitur E-mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI sebagai sarana investasi. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,179 dan nilai signifikansi

t hitung sebesar 0,000 (0,000 < 0,05). Nilai t hitung yang didapatkan sebesar 5,061 > t tabel 1,967

5. Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Kepercayaan, dan Sikap Terhadap Penggunaan secara simultan berpengaruh positif terhadap Niat menggunakan fitur E-mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI sebagai sarana investasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari nilai 0,05. Nilai F hitung yang didapatkan sebesar 41,391 lebih besar dari nilai F tabel yaitu 2,67 (41,391 > 2,67)

## B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini sudah diusahakan semaksimal dan sebaik mungkin, namun masih memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada responden yang merupakan pengguna aplikasi Mobile Banking BSI dan hanya yang berada di lingkungan Universitas Islam Indonesia sebagai objek utama. Kondisi ini menyebabkan ruang lingkup penelitian menjadi relatif sempit karena tidak mencakup pengguna aplikasi investasi emas digital lainnya serta Masyarakat di luar lingkup kampus. Padahal, karakteristik pengguna, tingkat literasi keuangan, serta preferensi teknologi pada masing-masing platform berpotensi berbeda secara signifikan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini lebih tepat dipahami sebagai gambaran perilaku dan penerimaan teknologi pada konteks spesifik pengguna Mobile Banking BSI serta ruang lingkup yang diperluas, sehingga tingkat generalisasi temuan ke populasi yang lebih luas masih terbatas.
2. Penelitian ini belum bisa mengungkapkan secara keseluruhan dari faktor faktor yang mempengaruhi Niat menggunakan fitur E-mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI sebagai sarana investasi karena penelitian ini hanya menggunakan empat variabel independen. Dan dari tiga variabel tersebut, hanya mewakili sebesar 54,7% terhadap variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa 45,3% lainnya adalah faktor

lain yang dapat mempengaruhi Niat menggunakan fitur E-mas pada aplikasi *Mobile Banking* BSI sebagai sarana investasi.

3. Seluruh variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan instrumen kuesioner dengan skala Likert, di mana responden diminta menyatakan tingkat persetujuan terhadap pernyataan-pernyataan tertentu. Meskipun metode ini umum digunakan dalam penelitian kuantitatif dan memudahkan proses pengolahan data, pendekatan ini sangat bergantung pada kejujuran, pemahaman, dan interpretasi subjektif responden terhadap setiap item pernyataan. Hal ini membuka kemungkinan terjadinya beberapa bentuk bias, sehingga bias karena ketidaktelitian responden dalam mengisi kuesioner.

## C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas sampel, objek, dan ruang lingkup terhadap responden yang dapat mengisi kuesioner, meneliti fitur investasi yang lainnya, serta lebih banyak dan lebih masifnya pembagian kuesioner.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan memperluas atau menambahkan variabel independent yang belum di teliti pada penelitian ini. Karena hasil dari uji *Adj* $R^2$ hanya mempengaruhi sebesar 54,7% terhadap variabel dependen, dan sisanya sebesar 45,3% dipengaruhi variabel lain di luar penelitian ini.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengombinasikan metode pengumpulan data, tidak hanya mengandalkan kuesioner skala Likert, tetapi juga menggunakan metode lain seperti wawancara mendalam (in-depth interviews), observasi pengguna, atau analisis data penggunaan aktual dari aplikasi.

# DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH). (2023). *Fintech report 2022–2023*. Jakarta: Asosiasi Fintech Indonesia.

Abdirahman, A., Jabar, M., & Hashi, A. (2017). *Attitude Towards Intention to Use Mobile-Based Teaching Assessment in Relation to Technology Acceptance Model*.

Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi. (2019). *Peraturan Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi Nomor 4 Tahun 2019 tentang ketentuan teknis penyelenggaraan pasar fisik emas digital di bursa berjangka*. BAPPEBTI.

Bank Indonesia. (2019). *Blueprint sistem pembayaran Indonesia 2025*. Bank Indonesia.

Bank Syariah Indonesia. (2023). *Laporan tahunan Bank Syariah Indonesia 2022*. Jakarta: Bank Syariah Indonesia.

Bareksa.com. (2025, Januari 9). Prediksi lengkap terbaru harga emas tahun 2025 dari para analis dunia dan faktor pendorongnya. Diperoleh dari [tautan artikel Bareksa.com yang relevan]

Chong, A. Y. L., Lo, C. K. Y., & Weng, X. (2015). The business value of IT investments on supply chain: A contingency perspective. *Journal of Business Research, 68*(12), 2793–2800. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.01.014

CNBC Indonesia. (2025, April 20). Para pemilik jangan panik! Begini ramalan harga emas di 2025. Diperoleh dari [tautan artikel CNBC Indonesia yang relevan]

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly, 13*(3), 319–340.

DataIndonesia.id. (2025, Mei 23). Daftar harga emas Antam hari ini (Jumat, 23 Mei 2025).

Diperoleh dari [tautan artikel DataIndonesia.id yang relevan]

Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). (2010). *Fatwa Nomor: 77/DSN-MUI/VI/2010 tentang jual-beli emas secara tidak tunai*. Jakarta: DSN-MUI.

Fatmawati, E. (2015). *Technology Acceptance Model (TAM) untuk menganalisis sistem informasi perpustakaan*. *Iqra': Jurnal Perpustakaan dan Informasi, 9*(1), 1–13. http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66

Febrianti, D., Hidayah, S. L., Abdullah, & Lawita, N. F. (2021). Penerapan basis data pada perusahaan perbankan (studi kasus penerapan mobile banking pada Bank Syariah Indonesia). *Jurnal Pendidikan Tambusai, 5*(2), 3686–3693.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Ferdinand, A. (2006). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu ekonomi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasanah, Z., Ridhwan, R., & Roihan, M. (2024). Pengaruh kemudahan, kepuasan, dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan fintech syariah di Kota Jambi. *Najaha Iqtishod: Journal of Islamic Economic and Finance, 5*(2), 63–74.

Kepala Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi Republik Indonesia. (2019). *Peraturan Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi Nomor 4 Tahun 2019 tentang Ketentuan Teknis Penyelenggaraan Pasar Fisik Emas Digital di Bursa Berjangka*. Jakarta.

Kompas.com. (2025, Mei 23). Harga emas hari ini 23 Mei 2025, naik tipis, Antam dekati Rp 2 juta. Diperoleh dari [tautan artikel Kompas.com yang relevan]

Mahmudi, N. (2024). *Pengaruh persepsi investasi, keamanan dan risiko investasi terhadap Niat investasi emas digital melalui fitur E-Mas pada aplikasi Mobile Banking BSI (Studi empiris mahasiswa di Purwokerto)*.

Nasywahasna, A., Widodo, A., & Rubiyanti, N. (2025). *The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Relative Advantage, and Compatibility*

*on Intention to Purchase E-readers Mediated by Attitudes Toward E-reader Use: A Conceptual Paper*.

Oktavia, I. (2024). *Fitur E-Emas pada Mobile Banking BSI dalam menarik keputusan nasabah sebagai media investasi (Studi pada nasabah KCP BSI Belitang Sudirman)*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Or, C. (2024). *Watch That Attitude! Examining the Role of Attitude in the Technology Acceptance Model through Meta-Analytic Structural Equation Modelling*.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). *Perkembangan digital banking di Indonesia*. Jakarta: OJK.

Pramono, A., & Subagyo, S. (2021). Analisis pengaruh harga emas global, nilai tukar rupiah terhadap harga emas domestik. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis, 4*(1), 1–12.

Rifa'i, R., & Nuryakin. (2020). *The Role of Mediation Attitude Towards Using in Perceived Usefulness Relationship in Behavioral Intention*.

Rumah Zakat. (2025, April 10). Hukum investasi emas digital menurut Islam, halal atau haram? Diperoleh dari https://www.rumahzakat.org/hukum-investasi-emas-digital-menurut-islam-halal-atau-haram/

Santoso, S. (2005). *Menguasai statistik di era informasi dengan SPSS 12*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Sharia Knowledge Centre. (n.d.). Bank emas dalam perspektif hukum dan aturan syariah. Diperoleh dari https://www.shariaknowledgecentre.id/id/news/bank-emas-dalam-perspektif-syariah/

Shneiderman, B. (2000). Designing trust into online experiences. *Communications of the ACM, 43*(12), 57–59.

Sodik, F., Zaida, A. N., & Zulmiati, K. (2022). Analisis Niat penggunaan pada fitur pembelian mobile banking BSI: Pendekatan TAM dan TPB. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informasi Bisnis (JBMIB), 2*(2), 172–181.

Sugiyono. (2005). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2008). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supriyanto, A. S., & Machfudz, M. (2010). *Metodologi riset manajemen sumber daya manusia*. Malang: UIN Maliki Press.

# LAMPIRAN

**Lampiran 1. Kuesioner**

**Analisis Niat Investasi Nasabah Terhadap Fitur E-Mas Pada Aplikasi Mobile Banking BSI Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model Di Lingkungan Civitas Akademika Universitas Islam Indonesia**

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Perkenalkan saya Andi Audrian Firmansyah Tenry Bali Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam . Pada kesempatan ini, saya sedang melakukan penelitian dengan judul " Analisis Niat Investasi Nasabah Terhadap Fitur E-Mas Pada Aplikasi Mobile Banking BSI Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model Di Lingkungan Civitas Akademika Universitas Islam Indonesia "

Sehubung dengan maksud tersebut, saya memohon ketersediaan Saudara/i di tengah kesibukan masing-masing untuk menjadi responden saya. adapun kriteria yang wajib dipenuhi sebagai berikut

Merupakan bagian aktif di lingkungan Universitas Islam Indonesia (Mahasiswa, Dosen, Tenaga Kependidikan)
Menggunakan aplikasi Mobile Banking BSI (BYOND By BSI atau BSI Mobile)
Pengguna Mobile Banking BSI
Sedang menggunakan atau berniat investasi emas digital menggunakan fitur E-Mas melalui aplikasi Mobile Banking BSI.

Apabila saudara/i memenuhi kriteria tersebut, saya memohon kesediaannya untuk mengisi kuisioner penelitian ini. Saya berharap saudara/i dapat mengisi kuisioner ini dengan sungguh-sungguh agar didapatkan data yang valid. Seluruh data dalam

kuisioner ini akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Atas perhatian dan kesediaan saudara/i dalam mengisi kuisioner, saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

**A. Identitas Responden**

1. Nama
2. Jenis Kelamin
   - **a.** Laki-Laki
   - **b.** Perempuan
3. Status di Lingkungan Universitas Islam Indonesia
   - **a.** Dosen
   - **b.** Tenaga Kependidikan
   - **c.** Mahasiswa/Mahasiswi
4. Fakultas / Unit
   - **a.** Fakultas Bisnis dan Ekonomika
   - **b.** Fakultas Kedokteran
   - **c.** Fakultas Teknologi Industri
   - **d.** Fakultas Psikologi
   - **e.** Fakultas Ilmu Sosial Budaya
   - **f.** Fakultas Hukum
   - **g.** Fakultas Ilmu Agama Islam
   - **h.** Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
   - **i.** Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
   - **j.** Rektorat
5. Apakah Anda menggunakan mobile banking BSI?
   - **a.** Ya
   - **b.** Tidak
6. Mobile Banking yang Anda gunakan saat ini
   - **a.** BYOND by BSI

**b.** BSI Mobile

7. Apakah anda pernah menggunakan fitur E-Mas pada mobile banking BSI?
   **a.** Pernah
   **b.** Belum Pernah
8. Jika belum pernah, apakah anda memiliki niat untuk menggunakan fitur E-Mas pada mobile banking BSI?
   **a.** Berniat
   **b.** Tidak Berniat

**B. Pertanyaan Penelitian**

1. **Variabel Kemudahan Penggunaan ( *Perceived Ease of Use)* (X1)**

| No | Pertanyaan | Jawaban | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Fitur E-Mas mempermudah saya berinvestasi emas | | | | | |
| 2 | Saya tidak perlu ke toko emas karena Fitur E-Mas memudahkan transaksi online. | | | | | |
| 3 | Fitur E-Mas menghemat waktu saya saat membeli emas | | | | | |
| 4 | Waktu saya lebih efisien dengan fitur E-Mas dibandingkan cara konvensional | | | | | |
| 5 | Fitur E-mas memberi manfaat nyata bagi investasi saya | | | | | |
| 6 | Fitur E-Mas membantu saya mencapai tujuan keuangan | | | | | |
| 7 | Fitur E-Mas membantu saya mengelola invenstasi lebih produktif | | | | | |
| 8 | Fitur E-Mas memotivasi saya rutin berinvestasi | | | | | |
| 9 | Informasi pada fitur E-Mas akurat | | | | | |
| 10 | Transaksi emas melalui E-Mas akurat dan terpercaya | | | | | |

2. **Variabel Kegunaan (*Perceived Usefulness)* (X2)**

| No | Pertanyaan | Jawaban | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Fitur E-Mas mudah diakses kapan saja | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2 | Saya tidak kesulitan membuka fitur E-Mas di aplikasi | | | | | |
| 3 | Saya cepat mempelajari cara memakai fitur E-Mas | | | | | |
| 4 | Saya mudah menguasai penggunaan fitur E-Mas | | | | | |
| 5 | Saya tidak butuh bantuan khusus untuk memahami fitur E-Mas | | | | | |
| 6 | Saya mudah mengaplikasikan fitur E-Mas untuk investasi | | | | | |
| 7 | Saya bisa langsung menggunakan fitur E-Mas tanpa hambatan | | | | | |
| 8 | Saya memiliki kendali penuh atas transaksi menggunakan fitur E-Mas | | | | | |
| 9 | Saya mudah mengatur investasi melalui fitur E-Mas | | | | | |
| 10 | Saya bisa mahir menggunakan fitur E-Mas | | | | | |

3. **Variabel Kepercayaan (*Trust)***

| No | Pertanyaan | Jawaban | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Saya merasa data dan asset saya aman saat menggunakan fitur E-Mas | | | | | |
| 2 | Sistem keamanan fitur E-Mas dapat dipercaya | | | | | |
| 3 | Fitur E-Mas bekerja konsisten sesuai harapan | | | | | |
| 4 | Informasi di fitur E-Mas akurat dan transparan | | | | | |
| 5 | Aplikasi menunjukkan data emas dengan jujur | | | | | |
| 6 | Saya percaya fitur E-Mas dapat diandalkan untuk investasi | | | | | |
| 7 | Saya yakin kualitas teknologi fitur E-Mas baik | | | | | |
| 8 | Saya yakin fitur E-Mas menjaga investasi dengan baik | | | | | |
| 9 | Saya percaya fitur E-Mas tetap berfungsi baik meski tidak diawasi | | | | | |
| 10 | Saya merasa aman meski tidak selalu mengecek aplikasi | | | | | |

4. **Variabel Sikap terhadap Pengunaan (*Attitude Towards Use)***

| No | Pertanyaan | Jawaban | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Fitur E-Mas membantu saya dalam investasi | | | | | |
| 2 | Fitur E-Mas memberi manfaat finansial | | | | | |
| 3 | Saya senang menggunakan fitur E-Mas | | | | | |
| 4 | Saya menikmati transaksi emas lewat fitur E-Mas | | | | | |
| 5 | Saya berniat terus menggunakan E-Mas | | | | | |
| 6 | Saya menerima fitur E-Mas sebagai cara baru investasi emas | | | | | |
| 7 | Saya tidak keberatan beralih dari investasi emas fisik ke fitur E-Mas | | | | | |
| 8 | Saya yakin fitur E-Mas menjaga investasi dengan baik | | | | | |
| 9 | Saya percaya fitur E-Mas tetap berfungsi baik meski tidak diawasi | | | | | |
| 10 | Saya merasa aman meski tidak selalu mengecek aplikasi | | | | | |

5. **Variabel Niat Penggunaan (*Behavioural Intention*)**

| No | Pertanyaan | Jawaban | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Saya berniat rutin menggunakan fitur E-Mas | | | | | |
| 2 | Saya berencana terus memakai fitur E-Mas | | | | | |
| 3 | Saya ingin menjadikan E-Mas sebagai sarana investasi utama | | | | | |
| 4 | Saya tertarik menambah investasi lewat fitur E-Mas | | | | | |

## C. Hasil Data Kuesioner

1. **Variabel Kemudahan Penggunaan ( *Perceived Ease of Use)* (X1)**

| X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | X1.8 | X1.9 | X1.10 | X1 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 36 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 36 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 29 |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 39 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 35 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 28 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 20 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 20 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 27 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 28 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 22 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 32 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 24 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 36 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 33 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 19 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 23 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 38 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 25 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 20 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 34 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 38 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 38 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 26 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 25 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 34 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 32 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 17 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 34 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 33 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 20 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 34 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 37 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 27 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 37 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 22 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 29 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 22 |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 27 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 33 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 33 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 21 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 46 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 37 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 35 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 26 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 35 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 26 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 29 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 21 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 25 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 34 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 41 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 36 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 26 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 39 |

2. **Variabel Kegunaan (*Perceived Usefulness)* (X2)**

| X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | X2.7 | X2.8 | X2.9 | X2.10 | X2 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 24 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 38 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 22 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 34 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 24 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 39 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 26 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 25 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 24 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 28 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 35 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 27 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 24 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 23 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 28 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 23 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 20 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 25 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 20 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 22 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 22 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 33 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 21 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 24 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 48 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 32 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 34 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 28 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 24 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 22 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 29 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 19 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 20 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 23 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 33 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 20 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 23 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 32 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 23 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 39 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 19 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 26 |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 24 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 26 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 20 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 25 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 27 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 37 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 21 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 20 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 24 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 23 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 11 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 23 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 28 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 21 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 20 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 26 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 22 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 32 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 23 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 23 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 19 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 24 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 26 |

3. **Variabel Kepercayaan (*Trust*) (X3)**

| X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | X3.5 | X3.6 | X3.7 | X3.8 | X3.9 | X3 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 22 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 32 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 34 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 34 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 21 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 40 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 22 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 23 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 34 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 33 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 24 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 33 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 25 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 30 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 32 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 24 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 19 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 22 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 28 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 30 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 23 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 32 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 33 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 29 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 35 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 27 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 33 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 25 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 35 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 41 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 26 |
| 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 17 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 24 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 33 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 41 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 23 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 20 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 39 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 18 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 36 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 26 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 35 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 22 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 33 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 23 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 20 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 31 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 30 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 40 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 18 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 21 |
| 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 17 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 39 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 20 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 17 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 29 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |

4. **Variabel Sikap terhadap Penggunaan (*Attitude Towards Use*) (X4)**

| X4.1 | X4.2 | X4.3 | X4.4 | X4.5 | X4.6 | X4.7 | X4 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 20 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 2 | **2** | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 16 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 16 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 17 |
| 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 17 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 19 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 20 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 16 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 16 |
| 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 8 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 24 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 32 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 19 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 20 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 17 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 19 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 27 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 19 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 22 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 16 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 15 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 16 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 15 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 16 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 17 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 20 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 13 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 20 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 15 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 18 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 19 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 17 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 24 |
| 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 9 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 19 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 20 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 18 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 25 |
| 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 16 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 16 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 17 |
| 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 10 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 12 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 17 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 21 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 8 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 20 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 15 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 18 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 19 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 16 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 17 |

5. **Variabel Niat Menggunakan (*Behavioural Intention*) (Y)**

| Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y |
|---|---|---|---|---|
| 3 | 2 | 2 | 3 | 10 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 11 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 11 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 11 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 10 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 11 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 11 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 14 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 11 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 14 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 10 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 10 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 11 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 2 | 3 | 2 | 2 | 9 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 14 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 9 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 11 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 10 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 1 | 2 | 2 | 1 | 6 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 14 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 9 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 9 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 2 | 2 | 2 | 1 | 7 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 10 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 10 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 11 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 11 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 14 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 11 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 9 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 11 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 11 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 11 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 11 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 11 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 10 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 10 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 2 | 2 | 2 | 1 | 7 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 9 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 9 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 11 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 11 |
| 2 | 3 | 2 | 1 | 8 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 3 | 4 | 2 | 3 | 12 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 10 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 2 | 2 | 3 | 1 | 8 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 2 | 3 | 4 | 3 | 12 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 11 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 9 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 14 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 9 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 9 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| 3 | 3 | 4 | 2 | 12 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 11 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |

## D. Hasil Uji Analisis Data

### 1. Uji Validitas

#### a. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use)* (X1)

**Correlations**

| | | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | X1.8 | X1.9 | X1.10 | X1 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| X1.1 | Pearson Correlation | 1 | .612** | .773** | .663** | .691** | .705** | .631** | .639** | .652** | .668** | .838** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X1.2 | Pearson Correlation | .612** | 1 | .640** | .658** | .733** | .632** | .659** | .600** | .681** | .648** | .819** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X1.3 | Pearson Correlation | .773** | .640** | 1 | .693** | .722** | .685** | .625** | .613** | .645** | .716** | .846** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X1.4 | Pearson Correlation | .663** | .658** | .693** | 1 | .725** | .617** | .641** | .551** | .696** | .705** | .831** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X1.5 | Pearson Correlation | .691** | .733** | .722** | .725** | 1 | .661** | .666** | .647** | .707** | .698** | .867** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X1.6 | Pearson Correlation | .705** | .632** | .685** | .617** | .661** | 1 | .666** | .677** | .671** | .703** | .837** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X1.7 | Pearson Correlation | .631** | .659** | .625** | .641** | .666** | .666** | 1 | .703** | .697** | .676** | .832** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X1.8 | Pearson Correlation | .639** | .600** | .613** | .551** | .647** | .677** | .703** | 1 | .622** | .673** | .801** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X1.9 | Pearson Correlation | .652** | .681** | .645** | .696** | .707** | .671** | .697** | .622** | 1 | .717** | .846** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X1.10 | Pearson Correlation | .668** | .648** | .716** | .705** | .698** | .703** | .676** | .673** | .717** | 1 | .861** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X1 | Pearson Correlation | .838** | .819** | .846** | .831** | .867** | .837** | .832** | .801** | .846** | .861** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### b. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) (X2)

**Correlations**

| | | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | X2.7 | X2.8 | X2.9 | X2.10 | X2 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| X2.1 | Pearson Correlation | 1 | .695** | .610** | .555** | .710** | .670** | .654** | .679** | .680** | .658** | .813** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X2.2 | Pearson Correlation | .695** | 1 | .629** | .704** | .666** | .713** | .723** | .681** | .727** | .704** | .855** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X2.3 | Pearson Correlation | .610** | .629** | 1 | .625** | .709** | .691** | .717** | .652** | .669** | .698** | .826** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X2.4 | Pearson Correlation | .555** | .704** | .625** | 1 | .684** | .699** | .706** | .638** | .711** | .724** | .831** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X2.5 | Pearson Correlation | .710** | .666** | .709** | .684** | 1 | .727** | .753** | .660** | .706** | .718** | .867** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X2.6 | Pearson Correlation | .670** | .713** | .691** | .699** | .727** | 1 | .720** | .711** | .689** | .734** | .868** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X2.7 | Pearson Correlation | .654** | .723** | .717** | .706** | .753** | .720** | 1 | .657** | .694** | .728** | .867** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X2.8 | Pearson Correlation | .679** | .681** | .652** | .638** | .660** | .711** | .657** | 1 | .683** | .663** | .826** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X2.9 | Pearson Correlation | .680** | .727** | .669** | .711** | .706** | .689** | .694** | .683** | 1 | .715** | .858** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X2.10 | Pearson Correlation | .658** | .704** | .698** | .724** | .718** | .734** | .728** | .663** | .715** | 1 | .867** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X2 | Pearson Correlation | .813** | .855** | .826** | .831** | .867** | .868** | .867** | .826** | .858** | .867** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### c. Kepercayaan (*Trust*) (X3)

**Correlations**

| | | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | X3.5 | X3.6 | X3.7 | X3.8 | X3.9 | X3 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| X3.1 | Pearson Correlation | 1 | .668** | .705** | .694** | .689** | .682** | .676** | .711** | .664** | .844** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X3.2 | Pearson Correlation | .668** | 1 | .738** | .679** | .710** | .673** | .771** | .719** | .719** | .866** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X3.3 | Pearson Correlation | .705** | .738** | 1 | .716** | .710** | .734** | .732** | .726** | .683** | .877** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X3.4 | Pearson Correlation | .694** | .679** | .716** | 1 | .764** | .611** | .725** | .747** | .650** | .857** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X3.5 | Pearson Correlation | .689** | .710** | .710** | .764** | 1 | .601** | .667** | .656** | .694** | .845** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X3.6 | Pearson Correlation | .682** | .673** | .734** | .611** | .601** | 1 | .713** | .697** | .658** | .826** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X3.7 | Pearson Correlation | .676** | .771** | .732** | .725** | .667** | .713** | 1 | .731** | .716** | .874** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X3.8 | Pearson Correlation | .711** | .719** | .726** | .747** | .656** | .697** | .731** | 1 | .718** | .869** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X3.9 | Pearson Correlation | .664** | .719** | .683** | .650** | .694** | .658** | .716** | .718** | 1 | .843** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X3 | Pearson Correlation | .844** | .866** | .877** | .857** | .845** | .826** | .874** | .869** | .843** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## d. Sikap terhadap Penggunaan (Attitude Towards Use) (X4)

**Correlations**

| | | X4.1 | X4.2 | X4.3 | X4.4 | X4.5 | X4.6 | X4.7 | X4 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| X4.1 | Pearson Correlation | 1 | .736** | .688** | .646** | .718** | .816** | .664** | .868** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X4.2 | Pearson Correlation | .736** | 1 | .722** | .649** | .668** | .737** | .713** | .861** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X4.3 | Pearson Correlation | .688** | .722** | 1 | .708** | .703** | .715** | .709** | .867** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X4.4 | Pearson Correlation | .646** | .649** | .708** | 1 | .645** | .720** | .714** | .837** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X4.5 | Pearson Correlation | .718** | .668** | .703** | .645** | 1 | .766** | .723** | .861** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X4.6 | Pearson Correlation | .816** | .737** | .715** | .720** | .766** | 1 | .735** | .905** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X4.7 | Pearson Correlation | .664** | .713** | .709** | .714** | .723** | .735** | 1 | .867** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| X4 | Pearson Correlation | .868** | .861** | .867** | .837** | .861** | .905** | .867** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**e. Niat terhadap Menggunakan (*Behavioural Intention)* (Y)**

**Correlations**

| | | Y1 | Y2 | Y4 | Y5 | Y |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Y1 | Pearson Correlation | 1 | .647** | .646** | .701** | .874** |
| | Sig. (2-tailed) | | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| Y2 | Pearson Correlation | .647** | 1 | .591** | .687** | .847** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | | <.001 | <.001 | <.001 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| Y4 | Pearson Correlation | .646** | .591** | 1 | .602** | .828** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | | <.001 | <.001 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| Y5 | Pearson Correlation | .701** | .687** | .602** | 1 | .878** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | <.001 | | <.001 |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| Y | Pearson Correlation | .874** | .847** | .828** | .878** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | |
| | N | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. **Uji Realibilitas**

**a. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use)* (X1)**

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 142 | 100.0 |
| | Excluded[a] | 0 | .0 |
| | Total | 142 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .953 | 10 |

**b. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) (X2)**

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 142 | 100.0 |
| | Excluded[a] | 0 | .0 |
| | Total | 142 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .956 | 10 |

**c. Kepercayaan (*Trust*) (X3)**

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 142 | 100.0 |
| | Excluded[a] | 0 | .0 |
| | Total | 142 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .954 | 9 |

**d. Sikap terhadap Penggunaan (Attitude Towards Use) (X4)**

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 142 | 100.0 |
| | Excluded[a] | 0 | .0 |
| | Total | 142 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .945 | 7 |

**e. Niat terhadap Menggunakan (*Behavioural Intention)* (Y)**

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 142 | 100.0 |
| | Excluded[a] | 0 | .0 |
| | Total | 142 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .879 | 4 |

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

**NPar Tests**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | | Unstandardized Residual |
|---|---|---|---|
| N | | | 142 |
| Normal Parameters[a,b] | Mean | | .0000000 |
| | Std. Deviation | | 1.73088314 |
| Most Extreme Differences | Absolute | | .039 |
| | Positive | | .039 |
| | Negative | | -.028 |
| Test Statistic | | | .039 |
| Asymp. Sig. (2-tailed)[c] | | | .200[d] |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e] | Sig. | | .863 |
| | 99% Confidence Interval | Lower Bound | .854 |
| | | Upper Bound | .871 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

### b. Uji Multikolinearitas

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients B | Unstandardized Coefficients Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. | Collinearity Statistics Tolerance | Collinearity Statistics VIF |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | (Constant) | -7.503 | 1.590 | | -4.720 | <.001 | | |
| | X1 | .198 | .027 | .422 | 7.264 | <.001 | .978 | 1.022 |
| | X2 | .217 | .028 | .455 | 7.888 | <.001 | .995 | 1.005 |
| | X3 | .148 | .026 | .323 | 5.597 | <.001 | .991 | 1.009 |
| | X4 | .179 | .035 | .293 | 5.061 | <.001 | .983 | 1.017 |

a. Dependent Variable: Y

### c. Uji Heteroskedastisitas

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients B | Unstandardized Coefficients Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | (Constant) | 1.727 | .946 | | 1.826 | .070 |
| | X1 | .007 | .016 | .038 | .439 | .661 |
| | X2 | -.001 | .016 | -.004 | -.047 | .963 |
| | X3 | -.015 | .016 | -.084 | -.985 | .326 |
| | X4 | -.005 | .021 | -.020 | -.233 | .816 |

a. Dependent Variable: ABS_RES

## 4. Uji Hipotesis

### a. Analisis Linear Berganda

**Co**

| Model | | Unstandardized Coefficients B | Unstandardized Coefficients Std. Error |
|---|---|---|---|
| 1 | (Constant) | -7.503 | 1.590 |
| | X1 | .198 | .027 |
| | X2 | .217 | .028 |
| | X3 | .148 | .026 |
| | X4 | .179 | .035 |

a. Dependent Variable: Y

### b. Uji T

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients B | Unstandardized Coefficients Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | (Constant) | -7.503 | 1.590 | | -4.720 | <.001 |
| | X1 | .198 | .027 | .422 | 7.264 | <.001 |
| | X2 | .217 | .028 | .455 | 7.888 | <.001 |
| | X3 | .148 | .026 | .323 | 5.597 | <.001 |
| | X4 | .179 | .035 | .293 | 5.061 | <.001 |

a. Dependent Variable: Y

### c. Uji F

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 510.500 | 4 | 127.625 | 41.391 | <.001[b] |
| | Residual | 422.430 | 137 | 3.083 | | |
| | Total | 932.930 | 141 | | | |

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

### d. Koefisien Determinasi

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .740[a] | .547 | .534 | 1.75597 |

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

b. Dependent Variable: Y

# RIWAYAT HIDUP

Andi Audrian Firmansyah, biasa di panggil Audrian / Rian, lahir dan tumbuh besar di Makassar, 26 Maret 2002. Penulis menghabiskan masa pendidikan dasar hingga menengah di Al-Azhar Makassar. Setelah itu melanjutkan pendidikan setara SMA. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan tinggi di Universitas Islam Indonesia (UII) sebagai bagian dari perjalanan akademik dan pengembangan diri.