

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH  
TERHADAP PENGGUNA E-MONEY PADA BANK  
SUMUT SYARIAH KCP HM.YAMIN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)  
Pada Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh :

Sri Chanipan  
NPM : 1601270054



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN**

29/20  
/7 Acc. Proses Lanjut  
H

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH  
TERHADAP PENGGUNA E-MONEY PADA BANK  
SUMUT SYARIAH KCP HM.YAMIN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat*

*Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)*

*Pada Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh :

Sri Chanipan  
NPM : 1601270054



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2020**

FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH TERHADAP  
PENGGUNA E-MONEY PADA BANK SUMUT SYARIAH  
KCP HM. YAMIN



Pembimbing



Dr. Siti Mujiatun, SE,MM

Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2020

*PERSEMBAHAN*

*Karya Ilmiah ini dipersembahkan kepada kedua orangtuaku*

*Ayahanda Wanuddin*

*Ibunda Zubaidah*

*Kakanda Sri Chawani Amd. Keb*

*Tak pernah selalu memberikan do'a kesuksesan & keberhasilan bagi diriku*

*Motto :*

*Proses Tidak Akan Menghianati Hasil*

**PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Sri Chanipan

NPM : 1601270054

Jenjang Pendidikan : Strata Satu ( S-1)

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan Judul Faktor-Faktor Yang

Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pengguna E-Money Pada Bank SUMUT

Syariah KCP HM. Yamin merupakan karya hasil saya, Jika di kemudianhari terbukti bahwa

skripsi ini plagiarism, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 29 Juli 2020

Yang Menyatakan :  
  
Sri Chanipan  
NPM : 1601270054



PERSETUJUAN  
SKRIPSI BERJUDUL

FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH TERHADAP  
PENGGUNA E-MONEY PADA BANK SUMUT SYARIAH

KCP HM. YAMIN


Oleh :

SRI CHANIPAN  
NPM : 1601270054

*Telah selesai diberikan bimbingan dalam penelitian skripsi sehingga  
naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui  
untuk dipertahankan dalam ujian skripsi*

Medan, 20 Juli 2020

Pembimbing

  
Dr. Siti Mujiatun, SE,MM

UMSU  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2020

Medan, 29 Juli 2020

Nomor : Istimewa  
Hal : Skripsi a.n **Sri Chanipan**  
Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam

Di\_

Medan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti dan memberi saran-saran perbaikan seluruhnya terhadap skripsi mahasiswa a.n Sri Chanipan yang berjudul "**Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pengguna E-Money Pada Bank SUMUT Syariah KCP HM. Yamin**" Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini dapat diterima dan diajukan pada sidang munaqasah untuk mendapat gelar sarjana Srata Satu (S1) dalam perbankan syariah pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Demikian kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr, Wb.

**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Pembimbing Skripsi



**Dr. Siti Mujiatun, SE, MM**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan  
Nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)  
Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi ini disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Sri Chanipan  
Npm : 1601270054  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pengguna E-Money Pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 29 Juli 2020

Pembimbing Skripsi

Dr. Siti Mujiatun, SE, MM

Disetujui Oleh:

Diketahui/ Disetujui  
Dekan  
Fakultas Agama Islam

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program  
Studi Perbankan Syariah

Selamat Pohan, S.Ag, MA





**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)  
Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk mempertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama Mahasiswa : Sri Chanipan  
NPM : 1601270054  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pengguna E-Money Pada Bank SUMUT Syariah KCP HM, Yamin

Medan 20 Juli 2020

Pembimbing Skripsi

Dr. Siti Mujiatun, SE, MM

Disetujui Oleh :

Dekan  
Fakultas Agama Islam

Dr. Muhammad Qorib, MA

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah

Selamat Pohan, S.Ag, MA

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN**  
**KEPUTUSAN BERSAMA**  
**MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN**  
**KEBUDAYAAN**  
**REPUBLIK INDONESIA**

**Nomor : 158 th. 1987**

**Nomor : 0543bJU/1987**

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

**1. Konsonan**

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam 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 secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je

ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	esdan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah )
ع	Ain	‘	Komentar
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamza	?	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong:

### a. Vokal tunggal

vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	A
□	Kasrah	I	I

و	ḍammah	U	U
-			

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabung Huruf	Nama
ى □	fathāh dan ya	AI	a dan i
و □	fathāh dan waw	Au	a dan u




Contoh:

- kataba: كَتَبَ
- fa'ala: فَعَلَ
- kaifa: كَيْفًا

### c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ □	fathāh dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas

	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
 	ḍammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- qāla : قل
- ramā : رم
- qīla : قِيل

#### d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

- 1) Ta marbūtah hidup  
Ta marbūtah yang hidup atau mendapat ḥarkat faṭḥah, kasrah dan «ammah, transliterasinya (t).
- 2) Ta marbūtah mati  
Ta marbūtah yang mati mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h).
- 3) Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūtah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

- rauḍah al-aṭfāl - rauḍatul aṭfāl: لزوجة الطنا
- al-Madīnah al-munawwarah : المدينة المنورة
- ṭalḥah: طلحة

#### e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda tasydid

tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- rabbanā : ربنا
- nazzala : نزل
- al-birr : البر
- al-hajj : الحج
- nu'ima : نعن

#### **f. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- 1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu: الرجل
- as-sayyidatu: السيدة
- asy-syamsu: الشمس
- al-qalamu: القلم
- al-jalalu: الجلال

#### **g. Hamzah**

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata.

Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- *ta'khuzūna*: ناخذون
- *an-nau'*: النوء
- *syai'un*: شيء
- *inna*: ان
- *umirtu*: اهزت
- *akala*: اكل

#### **h. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda), 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 dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

#### **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, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilanama itu huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasūl
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilalazībibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-laz<sup>3</sup>unzilafihī al-Qur'anū
- SyahruRamadanal-lazīunzilafihīl-Qur'anū
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-'alamin

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 harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- Naşrunminallahi wafathunqarib
- Lillahi al-amrujami'an
- Lillahil-amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in 'alim

#### **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 ilmu tajwid.

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
NASABAH TERHADAP PENGGUNA E-MONEY PADA BANK  
SUMUT SYARIAH KCP HM.YAMIN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat*

*Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)*

*Pada Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh :

Sri Chanipan

NPM : 1601270054



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2020**

## **ABSTRAK**

***Sri Chanipan, 1601270054, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pengguna E-Money Pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin, Pembimbing Dr. Siti Mujiatun, SE, MM***

Tujuan penelitian yang diteliti adalah Untuk mengetahui pengaruh pengguna terhadap e-money pada bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin, Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap pengguna e-money pada SUMUT Syariah KCP HM.Yamin, Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap pengguna e-money pada bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin, Untuk mengetahui pengaruh nilai harga terhadap pengguna e-money pada bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin, Untuk mengetahui pengaruh Pengguna, Pelayanan, Promosi dan Nilai harga terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin

Metode Penelitian Skripsi ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa kuisioner, teknik pengumpulan data berupa kuisioner yang disebarakan kepada 61 responden. Dalam menganalisis data peneliti menggunakan analisis data regresi berganda dengan langkah-langkah berupa uji asumsi klasik, pengujian hipotesis, uji validitas, uji reliabilitas, koefisien determinasi, regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini, menunjukkan bahwa berdasarkan uji f, faktor pengguna, pelayanan, promosi, dan nilai harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin. Dan berdasarkan Uji t, faktor pengguna, pelayanan, promosi dan nilai harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin.

*Kata Kunci : Faktor Pengguna, Faktor Pelayanan, Faktor Promosi, Faktor Nilai Harga.*

### ***ABSTRACT***

**Sri Chanipan, 1601270054, Factors Influencing Customers' Interest in E-Money Users at Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin, Supervisor Dr. Siti Mujiatun, SE, MM**

The purpose of the study was to determine the effect of users on e-money at the North Sumatra Syariah KCP HM.Yamin bank, to determine the effect of services on e-money users on the North Sumatra Syariah KCP HM.Yamin, to determine the effect of promotions on e-money users at banks SUMUT Syariah KCP HM. Yamin, To find out the effect of the price value on e-money users at the bank SUMUT Syariah KCP HM. Yamin, To find out the influence of Users, Services, Promotion and Price value on e-money users at the Bank SUMUT Syariah KCP HM. Yamin

Research Method This thesis is a type of quantitative research, with data collection techniques in the form of questionnaires, data collection techniques in the form of questionnaires distributed to 61 respondents. In analyzing the data the researcher uses multiple regression data analysis with steps of what are the classic assumption tests, hypothesis testing, validity tests, reliability tests, coefficient of determination, multiple linear regression.

The results of this study, show that based on the f test, user factors, services, promotions, and price values have a positive and significant effect on e-money users at the SUMUT Syariah KCP HM.Yamin Bank. And based on the t test, user factors, services, promotions and price values have a positive and significant effect on e-money users at Bank SUMUT Syariah KCP HM. Yamin.

Keywords: User Factor, Service Factor, Promotion Factor, Price Value Factor.

## KATA PENGANTAR



### *Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah- Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini, serta shalawat dan salam kepada nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi semua.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, yang berjudul ***“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pengguna E-Money Pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin”***

Penulis menyadari bahwa skripsi ini telah dilakukan dengan maksimal, untuk itu dengan kerendahan hati, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan Skripsi ini.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini, untuk itu penulis ucapkan terima kasih :

1. Kedua orang tua tercinta yaitu Wanuddin dan Ibu Zubaidah yang selalu memberikan dukungan berupa doa, motivasi dan juga dukungan moral maupun materi kepada penulis.
2. Buat Kakak penulis Sri Chawani Amd.Keb yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis.
3. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Muhammad Qorib, MA Selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Zailani, S.Pd.I, MA selaku wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. Bapak Dr. Munawir Pasaribu, S.Pd.I, MA selaku wakil dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Selamat Pohan, S.Ag, MA sebagai Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI sebagai Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Ibu Dr. Siti Mujiatun, SE, MM yang telah memberikan bimbingan Skripsi dan pengarahan yang sangat berguna bagi penulis.
10. Seluruh Staf Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara salah satunya bagian administrasi atau biro Fakultas Agama Islam Program Studi Perbankan Syariah yang telah membantu dalam berbagai urusan selama penulis menjalankan perkuliahan.
11. Seluruh teman-teman perbankan syariah stambuk 2016 khususnya kelas PBS B Pagi.

Semoga Skripsi yang penulis selesaikan dapat bermanfaat bagi pembaca maupun penulis sendiri. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang membantu secara langsung maupun tidak langsung yang dalam penyelesaian Skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikannya, Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua, Amin

***Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.***

Medan, 29 Juli2020

Penulis

Sri Chanipan

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	3
C. Rumusan Masalah .....	3
D. Tujuan Penelitian .....	4
E. Manfaat Penelitian .....	4
F. Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Kajian Pustaka .....	6
1. Sejarah Perkembangan Perbankan .....	6
a. Bank Syariah .....	7
b. Uang.....	9
c. Jenis Produk E-Money.....	11
d. Fungsi E-money .....	12
e. Manfaat E-Money .....	14
B. Promosi Bank .....	16
a. Periklanan .....	16
b. Promosi.....	17
c. Publisitas .....	17
d. Penjualan.....	17
C. Pelayanan Bank .....	18
a. Minat Pengguna .....	18
b. Persepsi Kemudahan Pengguna .....	19

c. Fitur Layanan .....	20
d. Faktor yang mempengaruhi .....	21
e. Penelitian terdahulu .....	24
f. Kerangka berfikir .....	26
g. Hipotesis .....	26

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

A. Metodologi Penelitian .....	28
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	28
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampel .....	29
D. Jenis Data Penelitian .....	31
E. Devinisi Operasional .....	31
F. Teknik Pengumpulan Data .....	31
G. Teknik Analisa Data .....	32

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

<b>A. Deskripsi Institusi .....</b>	<b>37</b>
1. Sejarah Bank SUMUT Syariah .....	37
2. Kegiatan Operasional Perusahaan .....	42
3. Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas Bank .....	48
<b>B. Deskripsi Karakteristik Responden .....</b>	<b>51</b>
<b>C. Penyaji Data .....</b>	<b>54</b>
<b>D. Analisis Data .....</b>	<b>59</b>
1. Uji Validitas .....	59
2. Uji Reliabilitas .....	62
3. Uji Asumsi Klasik .....	64
a. Uji Normalitas .....	65
b. Uji Multikolinearitas .....	65
c. Uji Heteroskedastisitas .....	66
4. Pengujian Hipotesis .....	67
a. Uji secara Parsial (Uji t) .....	67
b. Uji seacara Simultan (Uji f) .....	69
5. Uji Regresi Linear Berganda .....	70



6. Uji Koefisien Determinasi .....	71
<b>E. Pembahasan .....</b>	<b>72</b>
1. Faktor Pengguna (X1) Terhadap Pengguna E-Money .....	72
2. Faktor Pelayanan (X2) Terhadap Pengguna E-Money .....	73
3. Faktor Promosi (X3) Terhadap Pengguna E-Money .....	73
4. Faktor Nilai Haraga (X4) Terhadap Pengguna E-Money .....	74
5. Faktor Pengguna (X1) Faktor Pelayanan (X2) Faktor Promosi (X3) Faktor Nilai Haraga (X4) Terhadap Pengguna E-Money (Y).....	75

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>76</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>77</b>

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
-----------------------------	-----------

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1</b>	<b>Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>26</b>
<b>Gambar 4.1</b>	<b>Logo Bank SUMUT Syariah .....</b>	<b>42</b>
<b>Gambar 4.2</b>	<b>Struktur Organisasi .....</b>	<b>49</b>
<b>Gambar 4.3</b>	<b>Uji Heterokedastisitas.....</b>	<b>68</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 3.1	Rincian Waktu Penelitian .....	29
Tabel 3.2	Skala Likert.....	31
Tabel 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	52
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	52
Tabel 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	53
Tabel 4.5	Faktor Pengguna .....	54
Tabel 4.6	Faktor Pelayanan.....	55
Tabel 4.7	Faktor Promosi .....	56
Tabel 4.8	Faktor Nilai Harga.....	57
Tabel 4.9	Skor Angket Untuk Variabel (Y).....	58
Tabel 4.10	Faktor Pengguna (X1).....	59
Tabel 4.11	Faktor Pelayanan (X2).....	60
Tabel 4.12	Faktor Promosi (X3).....	60
Tabel 4.13	Faktor Nilai Harga (X4).....	61
Tabel 4.14	Minat Pengguna E-Money .....	62
Tabel 4.15	Faktor Pengguna (X1) Reliability Statistics.....	63
Tabel 4.16	Faktor Pelayanan (X2) Reliability Statistics.....	63
Tabel 4.17	Faktor Promosi (X3) Reliability Statistics.....	63
Tabel 4.18	Faktor Nilai Harga (X4) Reliability Statistics.....	64

<b>Tabel 4.19</b>	<b>Minat Pengguna E-Money (Y) Reliability Statistics.....</b>	<b>64</b>
<b>Tabel 4.20</b>	<b>One Sample Kolmogorov.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel 4.21</b>	<b>Uji Multikolinearitas.....</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 4.22</b>	<b>Uji t Parsial.....</b>	<b>68</b>
<b>Tabel 4.23</b>	<b>Uji f Simultan.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 4.24</b>	<b>Koefisien Regresi Linear Berganda.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 4.25</b>	<b>Uji Koefisien Determinasi .....</b>	<b>72</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan islam atau bank syariah dewasa ini bukan merupakan gejala baru dalam dunia islam khususnya di Indonesia. Ini di tandai dengan semangat tinggi dari berbagai kalangan ulama, akademis dan praktisi untuk mengembangkan perbankan model baru tersebut dari sekitar pertengahan abad 20 M. Bank islam atau di Indonesia disebut bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi memperlancar mekanisme ekonomi di sektor ril melalui aktivitas kegiatan usaha (investasi, jual beli, atau lainnya) berdasarkan prinsip syariah ,yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan nilai-nilai syariah yang bersifat makro maupun mikro.

Nilai-nilai makro yang di maksud adalah keadilan, mashlahah, sistem zakat, bebas dari bunga (riba), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (gharar), bebas dari hal-hal yang rusak atau tidak sah (bathil), dan penggunaan uang sebagai alat tukar.<sup>1</sup>

Bank islam atau bank syariah mempunyai fungsi seperti halnya bank konvensional yaitu berfungsi sebagai suatu lembaga intermediasi, bedanya hanyalah bahwa bank syariah melakukan kegiatan usahanya tidak berdasarkan bunga (interest free), tetapi berdasarkan prinsip syariah, seperti juga bank konvensional, selain memberikan jasa-jasa pembiayaan bank syariah juga memberikan jasa-jasa lain yang memanfaatkan kemajuan teknologi di jaman sekarang yaitu seperti, jasa kirim uang, pembukaan letter of credit, jaminan bank, serta produk jasa terbaru adalah elektronik atau E-money yang memang muncul karena tuntutan jaman serta semangkin berkembangnya minat para nasabah yang menginginkan sebuah transaksi yang instan.

---

<sup>1</sup> Muhammad, konstruksi mudharabah dalam bisnis syariah, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta,2005), hlm 1

Uang elektronik (*electronic money*) muncul sebagai jawaban atas kebutuhan terhadap instrument pembayaran mikro yang diharapkan mampu melakukan proses pembayaran secara cepat dengan biaya yang relative murah, karena nilai uang yang disimpan instumen ini dapat ditempatkan pada suatu media tertentu yang dapat diakses dengan cepat secara off-line, aman dan murah dengan mendayagunakan kemajuan teknologi yang mampu mewujudkan hal tersebut.<sup>2</sup>

Penggunaan uang elektronik (*electronic money*) sebagai alternative alat pembayaran non cash, menunjukkan adanya potensi yang cukup besar ntuk mengurangi tingkat pertumbuhan penggunaan ang cash. Uang elektronik menawarkan transaksi yang lebih cepat dan nyaman dibandingkan dengan uang cash, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*) sebab dengan uang elektronik transaksi tersebut dapat dilakukan dengan lebih mudah dan murah serta menjamin keamanan dan kecepatan transaksi, baik bagi konsumen maupun bagi pedangan.

Upaya meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap instrument pembayaran dengan menggunakan uang elektronik maka dibuatlah perlindungan terhadap masalah yang menggunakan, serta mendukung kelancaran tugas bank Indonesia dalam menjaga stabilitas moneter, Oleh sebab itu uang elektronik tersebut perlu mendapat kajian khusus mengenai realita di perbankan syariah, karena ditakutkan masih tidak adanya kesesuaian antara fatwa DSN-MUI dengan realita yang ada di perbankan syariah.<sup>3</sup>

Masyarakat juga bersedia memanfaatkan *electronic money*. Alasan bersedia memanfaatkan *electronic money* adalah kemudahan dan kenyamanan, lebih aman dan pengeluaran menjadi terkendali. Alasan lainnya adalah masyarakat senang dengan produk baru yang sedang tred,prestise serta banyak memberikan manfaat. Meskipun *electronic money* sangat efisien tetapi masih banyak yang belum menggunakan layanan ini, hal ini dapat dibuktikan bahwa masih banyak pengguna uang cash untuk membayar barang atau jasa yang ingin dimiliki khususnya masyarakat sekarang ini,

---

<sup>2</sup> Tim inisiatif BI, Working paper: upaya penggunaan alat pembayaran non tunai,2006,hlm 8.

<sup>3</sup> Siti hidayati,dkk, kajian operasional e-money,2006,hlm 1

Masyarakat juga beranggapan bahwa uang elektronik sama dengan kartu jenis lain seperti kartu debit atau kredit, padahal hal tersebut jelas berbeda, uang elektronik dapat digunakan tanpa menggunakan PIN atau identifikasi pribadi lainnya. Masyarakat pada umumnya lebih memilih bertransaksi secara manual karena beranggapan akan mengurangi risiko.<sup>4</sup>

Atas dasar permasalahan ini, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul ***“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pengguna E-Money Pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin”***

### **B. Identifikasi Masalah**

1. Banyaknya nasabah yang masih belum mengetahui tentang e-money sehingga penggunaan uang elektronik dalam sistem pembayaran non tunai di kalangan masyarakat masih rendah.
2. Banyaknya perusahaan yang menyediakan fasilitas e-money namun merchant yang tersedia masih terbatas.
3. Masih banyaknya kalangan Masyarakat dan mahasiswa yang menganggap uang elektronik sama dengan kartu jenis lain seperti kartu debit dan kartu kredit.
4. Keamanan layanan E-Money yang disediakan pihak bank untuk mencegah terjadinya kejahatan.

### **C. Rumusan Masalah**

1. Apakah ada pengaruh pengguna terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin?
2. Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin ?
3. Apakah ada pengaruh promosi terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin?

---

<sup>4</sup> Irham Ramdani, E-money, [Http://irhamramdhani.blogspot.co.id/2014/10/e-money.html](http://irhamramdhani.blogspot.co.id/2014/10/e-money.html), 15 desember 2015.

4. Apakah ada pengaruh nilai harga terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin?
5. Apakah ada pengaruh Pengguna, Pelayanan,Promosi dan Nilai harga terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin?

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh pengguna terhadap e-money pada bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap pengguna e-money pada SUMUT Syariah KCP HM.Yamin
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap pengguna e-money pada bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin
4. Untuk mengetahui pengaruh nilai harga terhadap pengguna e-money pada bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin
5. Untuk mengetahui pengaruh Pengguna, Pelayanan,Promosi dan Nilai harga terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin?

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun hasil penelitian ini secara umum diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada :

1. Bagi Penulis
  - a. Sebagai persyaratan guna menyelesaikan tugas akhir mahasiswa untuk memperoleh gelar strata (SI) Program studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
  - b. Untuk Mengetahi lebih dalam tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan e-money di Bank Syariah Mandiri.



2. Bagi Perusahaan
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi Manajemen Bank SUMUT Syariah sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan e-money.
  - b. Sebagai informasi dan pertimbangan dalam pengambilan serta penetapan kebijakan demi kemajuan dan perkembangan Mandiri Syariah.
3. Bagi Akademis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan masukan bagi penulis yang akan datang dalam pelaksanaan penelitian selanjutnya.

#### **F. Sistematika Penulisan**

1. Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
2. Bab II Kajian Pustaka

Pada bab ini akan di jelaskan tentang pengertian e-money, Fungsi dan manfaat e-money.
3. Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, penentuan lokasi dan waktu penelitian, populasi, sampel, teknik penarikan sampel, variable penelitian, defenisi operasional variable, teknik pengumpulan data, intrumen penelitian dan teknik analisis data.
4. Bab IV Hasil penelitian dan Pembahas

Pada bab ini akan di bahas analisis data dan uji hipotesis yang terdiri dari uji asumsi klasik, uji normalitas data, dan pembahasan hasil penelitian.
5. Bab V Penutup

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Pustaka**

##### **1. Sejarah Perkembangan Perbankan**

Perbankan sebenarnya sudah ada pada sejak zaman babylonia, yunani dan Romawi. Praktek-praktek perbankan saat ini sangat membantu dalam lalu lintas perdagangan pada awalnya, praktek perbankan saat itu terbatas pada tukar menukar uang, lama kelamaan praktek tersebut berkembang menjadi usaha menerima tabungan, menitipkan uang ataupun meminjam uang dengan memungut bunga pinjaman.

Pada zaman babylonia (kurang lebih tahun 2000 sebelum masehi) praktek-praktek kerja perbankan didominasi dengan transaksi peminjaman emas dan perak pada kalangan pedagang yang membutuhkan dengan biaya tertentu. Bank yang melakukan praktek ini disebut *temples of Babylon*. Kurang lebih 500 sebelum masehi, praktek perbankan yunani mulai berkembang. Praktek perbankan pada saat itu antara lain adalah menerima simpanan uang dari masyarakat dan menyalurkan pada kalangan bisnis. Pihak bank mendapatkan penghasilan dengan menarik biaya dari jasa yang diberikan kepada masyarakat. Pada zaman romawi praktek perbankan meliputi praktek tukar menukar uang, menerima deposito member kredit dan melakukan transferan dana. Ini menunjukkan perkembangan praktek-praktek perbankan.

Era perbankan modern dimulai pada abad ke 16 di Inggris, belanda, dan belgia. Pada saat itu para tukang emas bersedia menerima uang logam (emas dan perak) untuk disimpan, Tanda bukti penyimpanan emas ini ditunjukkan dengan surat deposito yang disebut *Goldsmith Note*, dalam perkembangan selanjutnya mengeluarkan Golsmith's Note ini digunakan sebagai alat pembayaran. Para tukang emas dimulai mengeluarkan Golsmith's Note yang tidak didukung dengan cadangan emas atau perak diterima sebagai alat pembayaran yang sah dan dalam transaksi bisnis inilah cikal-cikal munculnya uang kertas, pihak-pihak yang dasar hukum lembaga keuangan islam ialah QS. Al-Baqarah ayat 275, yang artinya “

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila, keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat) sesungguhnya jual beli itu adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat) sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba “<sup>5</sup>

## **2. Bank Syariah**

Pengertian Bank Syariah adalah Bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur’an dan Hadist Nabi SAW. Dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip Syariah Islam.

Antonio dan Perwataatmadja membedakan menjadi dua pengertian, yaitu Bank Islam dan bank yang beroperasi dengan prinsip syariah Islam. Bank Islam adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur’an dan Hadist. Sementara bank yang beroperasi sesuai prinsip syariah Islam adalah bank yang mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam. Lebih lanjut, dalam tata cara bermuamalat itu di jauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.

Bank Syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah-masalah riba. Dengan demikian, Penghindaran bunga yang dianggap riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dunia Islam dewasa ini. Suatu hal yang menggembirakan bahwa belakangan ini para ekonomi muslim telah

---

<sup>5</sup> Budi Kolistiawan, “Tantangan Lembaga Keuangan Syariah dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN,” *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 2017, hlm 63.

mencurahkan perhatian besar, guna menemukan cara untuk menggantikan sistem bunga dalam transaksi perbankan dan keuangan yang lebih sesuai etika Islam. Upaya ini dilakukan dalam upaya untuk membangun model teori ekonomi yang bebas bunga dan pengujinya terhadap pertumbuhan ekonomi, alokasi dan distribusi pendapatan.

Oleh karena itulah, maka mekanisme perbankan bebas bunga, yang disebut dengan bank syariah didirikan. Perbankan Syariah didirikan didasarkan pada alasan filosofis maupun praktik. Secara Filosofis, karena dilarangnya pengambilan riba dalam transaksi keuangan maupun non keuangan. Secara praktis, karena sistem perbankan berbasis bunga atau konvensional mengandung beberapa kelemahan. Sebagai berikut :

1. Transaksi berbasis bunga melanggar keadilan atau kewajaran bisnis, dalam bisnis hasil dari setiap perusahaan selal tidak pasti. Peminjaman sudah berkewajiban untuk membayar tingkat bunga yang disetujui walaupun perusahaannya mungkin rugi. Meskipun perusahaan untung, bisa jadi bunga yang harus dibayarkan melebihi keuntungannya. Hal ini di jelas bertentangan dengan norma keadilan dalam Islam.
2. Tidak fleksibelnya sistem transaksi berbasis bunga menyebabkan kebangkrutan hal ini menyebabkan hilangnya potensi produktif masyarakat secara keseluruhan, selain dengan pengangguran sebagian besar orang lebih dari itu, beban utang makin menyulitkan upaya pemulihan ekonomi dan memperparah penderitaan seluruh masyarakat.
3. Komitmen bank untuk menjaga keamanan uang deposit berikut bunganya membuat bank cemas untuk mengembalikan produk dan bunganya, demi keamanan, mereka hanya mau menjaminkan dana bagi bisnis yang sudah benar-benar mapan atau kepada orang yang sanggup menjamin keamanan pinjamannya. Sisa uangnya disimpan dalam bentuk surat berharga pemerintah. Semangkin banyak pinjaman yang hanya diberikan kepada usaha yang sudah mapan dan sukses, sementara orang yang punya potensi tertahan untuk memulai usanya. Ini

menyebabkan tidak seimbangnya pendapatan dan kesejahteraan, juga bertentangan dengan semangat islam.<sup>6</sup>

### 3. Uang

Uang adalah merupakan salah satu instrument penting dalam menunjang kehidupan manusia. Uang digunakan untuk memenuhi kebutuhan primer hingga kebutuhan lainnya, seperti pendidikan, hiburan, dan transportasi. Saat ini pengertian uang adalah sebagai alat tukar. Selain itu uang memiliki fungsi lain yaitu fungsi berbagi dan fungsi investasi.

Siapa saja membutuhkan uang, termasuk anak-anak setiap hari sebelum mereka berangkat ke sekolah orang tua pada umumnya selalu menyiapkan bekal untuk dibawa anaknya ke sekolah. Bila orang tua mempunyai cukup waktu untuk membuatkan anaknya bekal, bekal bisa berupa makanan. Bila orang tua tidak sempat menyiapkan bekal maka diberikanlah uang saku dengan nantinya uang tersebut bisa dibelanjakan atau ditukarkan makanan. Alhasil fungsi uang sebagai alat tukar lebih akrab dengan mereka dari pada fungsi uang yang lain, yaitu fungsi berbagai dan fungsi investasi atau menabung. Karena mereka diberi uang saku hampir setiap hari, mereka merasa uang itu tak terbatas jumlahnya, bila hari ini habis besoknya ia akan memperoleh kembali uang tersebut dengan jumlah yang sama dengan yang diterimanya di hari sebelumnya.<sup>7</sup>

### 4. E-Money

Pengertian E-Money industri perbankan secara signifikan di pengaruhi oleh perkembangan teknologi. Pertumbuhan aplikasi jaringan komputerisasi perbankan mengurangi biaya transaksi dan meningkatkan kecepatan layanan secara substansi.<sup>8</sup> Sifat perantara membuat bank-bank meningkatkan teknologi produksi mereka dengan berfokus pada distributor produk, sehingga perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah mendorong

---

<sup>6</sup> Setia Budhi Wilardjo, pengertian, peranan dan perkembangan bank syariah di Indonesia, vol, no 1, hal 2.

<sup>7</sup> Putu M. Wijaya, Perancangan Kampanye Sosial, vol 3, hlm 1

<sup>8</sup> Dharfan aprianto dkk, Jurnal perkembangan uang elektronik dan kartu kredit diindonesia periode 2007-2012, From : URL: <https://chibeachan.wordpress.com/2013/07/dikunjungi> pada tanggal 18 maret 2020

perkembangan alat pembayaran menggunakan kartu ( Kartu Kredit, Kartu Debit, Kartu ATM ) dan kartu prabayar berbasis elektronik (uang Elektronik/e-money). Perkembangan alat industri berbasis kartu sangat cepat, karena selain lebih efisien dalam penggunaannya uang elektronik dapat digunakan sebagai alternative alat pembayaran non tunai yang dapat menjangkau masyarakat yang selama ini belum mempunyai akses kepada sistem perbankan. Mengingat alat pembayaran berbasis kartu dan uang elektronik memiliki fungsi seperti uang, maka untuk memberikan perlindungan kepada pemegang, meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap instrument pembayaran, dan mendukung kelancaran tugas otoritas Jasa Keuangan dalam melakukan pengawasan terhadap sektor jasa keuangan, namun selalu terkait dengan Bank Indonesia sebagai bank sentral.

Definisi Uang Elektronik ( E-Money) dari beberapa sumber :

- a. Uang Elektronik adalah sistem pembayaran secara elektronik yang dipergunakan untuk transaksi online, yakni elemen digital yang dibuat dan dapat digunakan sebagai uang.
- b. Uang Elektronik adalah stored-value atau prepaid, dimana sejumlah nilai uang ( monetary ) tersimpan dalam peralatan elektronik. Nominal uang yang tersimpan secara elektronik dilakukan dengan menkar sejumlah uang atau melalui pendebitan rekening bank lalu disimpan dalam peralatan elektronik, Dengan alat elektronik yang sudah tersimpan dana nasabah dapat melakukan berbagai transaksi.
- c. Elektronik Money (E-money) dikenal dengan nama Elektronik Cash, Elektronik Currency, Digital Money, Digital Cash, atau Digital Currency adalah alat pembayaran yang menggunakan elektronik sebagai media E-Money sebagai alat pembayaran yang mana nilai uang nya tersimpan dalam media elektronik.
- d. Defenisi Uang Elektronik atau e-money sendiri menurut Bank Indonesia adalah segala bentuk jenis uang yang dapat diakses secara online dan tersimpan disebuah server atau kartu chip (microchip didalam kartu ATM, kartu kredit, kartu debit, Uang Elektronik). Benda yang masuk dalam kategori uang modern ini dapat dipergunakan untuk segala macam

kebutuhan transaksi termasuk pembayaran, tagihan kartu kredit, pembayaran asuransi hingga penarikan uang secara tunai.

- e. Bank Sentral Eropa memberikan definisi singkat yang baik dari uang elektronik “ uang elektronik secara luas dapat didefinisikan sebagai token elektronik nilai moneter pada perangkat teknis yang mungkin banyak digunakan untuk melakukan pembayaran kepada usaha selain penerbit tanpa harus melibatkan rekening bank di transaksi, tetapi bertindak sebagai instrument pembawa prabayar.”<sup>9</sup>

Bank Indonesia menerbitkan uang elektronik pertama kali dibulan April 2007. Selama kurang lebih satu setengah tahun sejak pertama terbit jumlah uang elektronik telah mencapai 430.000, berbeda pada awal penerbitnya, uang elektronik saat ini tidak hanya diterbitkan dalam bentuk *chip* yang tertanam pada kartu atau media lainnya (*chip based*). Begitu pula dari sisi penggunaanya, hampir dari seluruh uang elektronik yang diterbitkan tidak lagi bersifat *single purpose* namun sudah multi purpose sehingga dapat diterima di banyak *merchant* yang berbeda.

#### **a. Jenis Produk E-Money Dalam Perspektif tipe Uang Elektronik**

##### **1. Berdasarkan Media Penyimpanan**

Berdasarkan media penyimpanan E-Money Bank Syariah Mandiri dikategorikan berjenis uang elektronik yang nilai uang elektroniknya selain dicatat pada media elektronik yang di kelola oleh pemegang. Media elektronik yang dikelola oleh pemegang berupa chip yang tersimpan pada kartu, stiker, atau harddisk yang terdapat pada persoalan computer milik pemegang. Dengan sistem pencatatan seperti ini, maka transaksi pembayaran dengan menggunakan uang elektronik e-money Bank Syariah Mandiri dapat dilakukan secara offline dengan mengurangi secara langsung nilai uang.

E-Money Bank Syariah Mandiri berbentuk sebuah kart, dimana kartu tersebut menjadi *underlying transaction* antara nasabah dengan *merchant*.

---

<sup>9</sup> Rahman Hakim, Uang elektronik (elektronik Money ) di Indonesia , From URL <http://blog.pascagunadarma.ac.id/2013/05/16/uang-elektronik-elektronic-money-di-indonesia> dikunjungi pada tanggal 18 maret 2020 pukul 18:22

## 2. Berdasarkan Masa Berlaku Media Uang Elektronik

Berdasarkan masa berlaku uang elektronik, maka produk kartu e-money bank syariah mandiri berjenis reloadable yaitu uang elektronik yang dapat dilakukan pengisian uang. Dengan kata lain, apabila masa berlakunya habis dan atau nilai uang elektroniknya sudah habis terpakai, maka media uang elektronik tersebut dapat digunakan kembali untuk dilakukan pengisian ulang.

## 3. Berdasarkan Jangkauan Penggunaannya

Berdasarkan jangkauan penggunaannya, maka produk kartu e-money Bank Syariah Mandiri berjenis multi-purpose yaitu uang elektronik yang digunakan untuk melakukan berbagai hal yang dilakukannya. Produk e-money Bank Syariah Mandiri dapat digunakan untuk melakukan pembayaran diseluruh *Merchat* yang telah bekerja sama dengan Bank Syariah Mandiri, seperti SPBU, belanja di indomaret, Alfamart,Alfamidi, dan *Merchat-merchat* lainnya yang berlogo e-money.

## 4. Berdasarkan Data Identitas Pemegang

Berdasarkan data identitas pemegang produk e-money Bank Syariah Mandiri dikategorikan yaitu Uang Elektronik yang data identitas pemegangnya tidak terdaftar dan tidak tercatat pada penerbit (unregistered), Hal ini dikarenakan produk kartu e-money Bank Syariah Mandiri ini dapat dimiliki oleh nasabah maupun non nasabah Bank Syariah Mandiri, dalam pembuatannya tidak dicetakkan buku tabungan, tidak memerlukan tanda pengenal, tidak membutuhkan PIN dan tanda tangan serta dalam Customer Information File (CIF) bank sebagaimana pembuatan tabungan maupun produk yang lain.<sup>10</sup>

### **b. Fungsi E-Money**

Beberapa fungsi atau kelebihan e-money dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi-transaksi yang bernilai kecil (Micro-payments), Seperti :

---

<sup>10</sup> Gunawan,dkk, paper presentasi produk electronic banking. Jakarta, elektronik banking group Bank Syariah Mandiri,2017



1. Pengguna E-Money lebih nyaman dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi-transaksi yang bernilai kecil (Micro-payments)
  - a. Nasabah tidak perlu mempunyai sejumlah uang pas untuk suatu transaksi
  - b. Tidak Perlu menyimpan Uang kembalian
  - c. Kesalahan dalam menghitung uang kembalian dari suatu transaksi dapat dikurangi.
2. Nasabah (pengguna) dapat melakukan isi ulang “Electronic value” ke dalam kartu E-Money dari rumah melalui saluran telepon, sehingga mereka tidak perlu mengambil tambahan uang tunai melalui ATM.
3. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan e-money jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit, karena tidak memerlukan otorisasi on-line, tanda tangan, maupun pin.
4. E-Money adalah multi-purposed card sehingga satu kartu e-money dapat digunakan untuk berbagai keperluan misalnya untuk berbelanja di supermarket, departemen store, bioskop, SPBU, dan transportasi umum tertentu yang terdaftar dalam filter E-money terkait hal ini tentu sangat memudahkan pengguna dalam hal kenyamanan pengoperasian kartu karena tidak perlu membawa banyak kartu untuk bertransaksi pada berbagai keperluan belanja.
5. Untuk memiliki e-money seseorang tidak perlu memiliki akun di bank, sehingga sangat memudahkan kepada mereka yang belum atau tidak memiliki akun di bank untuk memiliki kartu e-money ini.  
Disamping itu layanan e-money juga mempunyai peranan/fungsi yang besar bagi pemerintah Indonesia yaitu dalam mengurangi jumlah uang yang beredar di masyarakat, sehingga secara makro dapat mengurangi

tingkat inflasi Indonesia. Hal ini juga harmonis dengan kondisi masyarakat *less cash society* yang sedang dicanangkan oleh Bank.<sup>11</sup>

### c. Manfaat E-Money

Ada beberapa manfaat atau kelebihan dari pengguna e-money dibanding dengan uang tunai maupun alat pembayaran non tunai lainnya, antara lain:

1. Lebih cepat dan nyaman dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*), yang disebabkan nasabah tidak perlu menyediakan sejumlah uang pas untuk suatu transaksi atau harus menyimpan uang kembalian. Selain itu, kesalahan dalam menghitung uang kembalian dari suatu transaksi tidak terjadi apabila menggunakan e-money.
2. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan e-money dapat dilakukan jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit, karena tidak harus memerlukan proses otorisasi online, tanda tangan maupun PIN. Selain itu, dengan transaksi off line, maka biaya komunikasi dapat dikurangi.
3. Elektronik value dapat diisi ulang kedalam kartu e-money melalui berbagai sarana yang disediakan oleh issuer
4. Berbagai merchant lainnya yang mendukung pembayaran dengan menggunakan e-money.<sup>12</sup>

### d. Kelebihan E-Money

Sebagai alternatif pembayaran e-money memiliki sejumlah kelebihan yang membuatnya menarik untuk digunakan, salah satunya adalah efektif dan efisien melakukan pembayaran, Dengan menggunakan e-money, peredaran uang palsu dapat ditekan. Berbagai tindak pidana yang dipicu oleh keadaan seseorang

---

<sup>11</sup> Hestanto, "pengertian e-money, jenis dan manfaat e-money" didapat dari <https://www.google.com> (internet diakses tanggal 15 maret 2020)

<sup>12</sup> <https://www.bm.co.id/blog/kelebihan-dan-kekurangan-e-money/> diakses pada tanggal 18 maret 2020 pukul 18:45

membawa uang tunai dalam jumlah besar juga dapat dicegah dengan menggunakan e-money. Beberapa kelebihan penggunaan e-money adalah :

1. Efektif dan efisien menggunakan uang.
2. Penggunaan e-money akan lebih efektif untuk mengurangi peredaran uang palsu di masyarakat.
3. Mencegah tindak pidana yang disebabkan oleh tindakan membawa uang tunai dalam jumlah besar.
4. Efisiensi dalam pengguna e-money terjadi saat transaksi elektronik, tidak perlu repot menghitung uang kembalian.
5. Dapat mengetahui dengan pasti berapa jumlah uang yang digunakan.
6. Berbagai potongan harga atau diskon dari produk-produk tertentu dengan menggunakan e-money.

**e. Kekurangan e-money**

Banyaknya sistem kartu yang muncul dimana mana menjadikan konsumen bingung dalam pengguna kartu-kartu tersebut. Bahkan mungkin tidak dapat menggunakan kartu dimana-mana jika pengguna saja bingung dalam penggunaannya, fungsi e-money sebagai pengganti uang fisik akan hilang. Hal ini akan berdampak pada keuntungan issuer yang akan menurun. Disamping kebingungan yang ada dimasyarakat, peraturan yang belum pasti peraturan untuk uang elektronik masih belum jelas, sehingga pihak issuer belum bisa menyediakan terlalu banyak e-money di pasaran. Beberapa kekurangan pengguna e-money

1. Pengisian ulang saldo e-money yang hanya dapat dilakukan pada mesin ATM tertentu.
2. Isi ulang saldo e-money belum praktis
3. Ketersediaan mesin-mesin elektronik penyedia jasa e-money saat ini jumlahnya masih sedikit.
4. Apabila kartu e-money hilang, maka uang tersebut hilang juga

5. Sisa saldo atau uang pada e-money yang hilang tidak dapat dikembalikan. Berbeda halnya dengan kartu debit atau kartu kredit yang jika hilang dapat diganti baru dan memiliki potensi uang tetap aman.<sup>13</sup>

## 5. Promosi Bank

Dalam kegiatan ini, setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi nasabah tidak akan dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Promosi bank akan menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi meningkatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya.<sup>14</sup> Dalam praktiknya paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Pertama, promosi melalui periklanan (Advertising). Kedua, melalui promosi penjualan (sales promotion). Ketiga, publisitas (publicity), dan Keempat adalah promosi penjualan pribadi (personal selling).<sup>15</sup>

Secara garis besar keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perbankan adalah sebagai berikut :

### a. Periklanan (Advertising)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan segala macam produk yang dimiliki oleh bank. Informasi yang diberikan adalah manfaat produk, harga produk serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan pesaing. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha menarik, dan mempengaruhi calon nasabahnya, seperti lewat pemasangan *billboard* (papan nama) di jalan-jalan strategis, percetakan brosur baik disebar di setiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan, pemasangan spanduk di lokasi

<sup>13</sup> Efi anggraini, 2009, "manfaat dari e-money" <https://www.google.com>. (diakses 15 maret 2020)

<sup>14</sup> Kasmir, "Pemasaran Bank," (Jakarta: Kencana, 2010) hal.53

<sup>15</sup> *Ibid*, hal 54

tertentu yang strategis, melalui Koran, majalah, televise, radio, dan menggunakan media lainnya.<sup>16</sup>

#### **b. Promosi Penjualan (Sales Promotion)**

Di samping promosi lewat iklan, promosi lainnya bisa dilakukan melalui promosi penjualan atau sales *promotion*. Tujuan promosi penjualan dilakkan untuk menarik nasabah agar mebeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan.

Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon atau sampel produk, Dengan menggunakan alat tersebut akan memberikan manfaat bagi promosi penjualan, komnikasi yang baik dengan memberikan informasi menarik dapat menarik perhatian nasabah untuk membeli, dengan memberika dorongan dan semangat kepada nasabah agar segera membeli produk yang ditawarkan dan mengharapkan nasabah segera merealisasi peembeli.

#### **c. Publisitas (Publicity)**

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya. Kegaiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank dimata para nasabahnya. Tujuannya adalah agar nasabah mengenal bank lebih dekat dan diharapkan akan menarik nasabah melalui pameran, kegiatan amal, bakti sosial dan *sponsorship* kegiatan.

#### **d. Penjualan Pribadi (Personal Selling)**

Kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan pribadi atau personal selling. Dalam dnia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank. Personal selling jga dilakukan melalui merekrut tenaga-tenaga salesman dan sales girl untuk melakukan penjualan door to door. Bank dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci dan memperoleh informasi langsung dari nasabah tentang kelemahan produk dari nasabah, terutama dari keluhan yang nasabah sampaikan termasuk informasi dari nasabah tentang bank lain. Petugas bank dapat langsung mempengaruhi nasabah dengan berbagai argument yang dimiliki sehingga memungkinkan hubungan

---

<sup>16</sup> Adiwarna A.Karim, “*Bank islam: analisis fiqih dan keuangan*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo,2010,)hal.97-98

terjalin akrab antara bank dengan nasabah. Petugas bank akan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah karena merupakan citra bank kepada nasabah jika pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan sehingga nasabah akan mendengarkan, memperhatikan dan menanggapi bank.

## 6. Pelayanan Bank

Untuk meningkatkan citra perbankan, maka bank perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini disebut Costumer Service

Pengertian Costumer Service secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Costumer Service berperan sangat penting didunia perbankan. Tugas seorang CS adalah memberikan pelayanan yang baik dan membina hubungan dengan masyarakat.<sup>17</sup>

### a. Minat Pengguna

Minat berprilaku atau behavioral intention merupakan suatu prposisi yang menghubungkan diri dengan tindakan yang akan datang (Mukhyi,2009:10). Minat perilaku dapat dilihat dari tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seorang sehingga dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, Misalnya keinginan menambah peralatan pendukung,motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika keinginan atau minat untuk melakukannya.

Pengguna dalam konteks teknologi dapat ikatkan dengan pengguna sesungguhnya (actual use) yang merupakan bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi. Pengukuran sesungguhnya diukur sebagai jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi dan besar nya frekuensi pengguna

---

<sup>17</sup> Pramonosidi Wijanarko, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah,"(Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2016), hal. 24-25

#### b. Persepsi Kemudahan Pengguna

Persepsi memiliki peranan penting bagi keinginan nasabah untuk menggunakan produk atau jasa. Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh konsumen percaya bahwa usaha tidak akan diperlukan untuk menggunakan sistem. Goodwin dan Silver mengatakan bahwa intensitas pengguna dan interaksi antara pengguna (user) dengan sistem juga menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya. Berdasarkan definisi yang telah disampaikan dapat dikatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana sistem akan meringankan pekerjaannya sehingga sistem tersebut menjadi sering digunakan.

#### c. Harga

Harga merupakan nilai pengorbanan yang perlu dilakukan oleh konsumen untuk menggunakan atau mendapatkan keuntungan dari produk atau jasa agar diperoleh manfaatnya yang diinginkan.

Tjiptono mengatakan bahwa harga memiliki dua peran utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian, diantaranya sebagai peran alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat tertinggi yang di harapkan berdasarkan daya belinya.

Apabila harga suatu produk di pasaran adalah cukup tinggi, hal ini menandakan bahwa kualitas produk tersebut adalah cukup baik dan merk produk di benak konsumen cukup bagus dan menyenangkan. Sebaliknya apabila suatu produk di pasaran adalah rendah, maka ini menandakan bahwa kualitas produk tersebut adalah kurang baik dan merk produk tersebut kurang bagus dan kurang menyenangkan di benak konsumen, jadi harga bisa menjadi tolak ukur bagi konsumen mengenai kualitas dan merk dari suatu produk, asumsi yang dipakai disini adalah bahwa suatu usaha atau badan usaha baik usaha dagang, usaha manufaktur, usaha agraris, usaha jasa dan usaha lainnya menetapkan harga produk dengan memasukkandan mempertimbangkan unsure modal yang dikeluarkan untuk produk tersebut

#### d. Fitur Layanan

Kinerja bisnis perlu adanya suatu fitur atau jenis fasilitas yang baik untuk konsumen guna mendukungnya, terlebih lagi apabila berkaitan dengan teknologi informasi. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Ardy fitur didefinisikan sebagai sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dengan pesaing. Islam mengajarkan bahwa ketika kita memberikan hasil usaha baik berupa barang atau jasa wajibnya kita memberikan yang berkualitas, dan tidak diperbolehkan kita memberikan yang cacat atau buruk kepada orang. Nasabah akan memilih menggunakan kartu debit, ATM dan e-money ketika layanan yang diberikan sudah sesuai dengan kualitas dan kebutuhan.

Seperti yang ada dalam firman Allah SWT (Al-Baqarah 2) 267

تُنْفِقُونَ مِنْهُ الْخَبِيثَ تَيَمَّمُوا وَلَا ۗ الْأَرْضِ مِنْ لَكُمْ أَخْرَجْنَا وَمِمَّا كَسَبْتُمْ مَا طَيِّبَاتٍ مِنْ أَنْفِقُوا آمَنُوا الَّذِينَ أَيُّهَا يَا حَمِيدٌ غَنِيٌّ اللَّهُ أَنْ وَعَلَّمُوا ۗ فِيهِ تُغْمِضُوا أَنْ إِلَّا بِأَخْذِيهِ وَلَسْتُمْ

Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

Dalam ayat tersebut Allah memerintahkan kita memilih hal yang baik saja dan apabila melakukan transaksi pilih yang paling baik pula. Seperti halnya dalam memilih sesuatu pula jangan memilih yang paling buruk dan merugikan E-Money ini pilihlah fitur layanan yang memang dibutuhkan dan baik, jika itu buruk maka tinggalkan.

#### e. Promosi

Pengertian Promosi adalah informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dan pemasaran. Menurut Philip Kotler dan Gery Armstrong promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan



bahwa promosi adalah suatu kegiatan untuk menyampaikan informasi atau berkomunikasi antara penjual dan pembeli potensial yang bersifat menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran untuk menciptakan permintaan atas dasar produk barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

Istilah promosi didalam prespektif islam dikenal dengan *Al-hawafiz al-muraghghibah fi al-sahira*. Secara bahasa *al-hawa fiz al-muraghghibah fi al-shira* diartikan sebagai, "Segala sesuatu yang mendorong atau menarik minat (membujuk) orang lain untuk membeli"

## **7. Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat nasabah**

### **1. Faktor pengguna**

Penggunaan dalam konteks penggunaan teknologi dapat dikatakan dengan penggunaan sesungguhnya (actual use) yang merupakan bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi. Pengukuran sesungguhnya diukur sebagai jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi dan besarnya frekuensi penggunaan.<sup>18</sup>

### **2. Faktor pelayanan**

Kualitas sebuah pelayanan terpusat kepada upaya pemenuhan kebutuhan dari keinginan masyarakat. Kualitas pelayanan juga berkaitan dengan ketepatan dalam penyampaian demi mengimbangi keinginan pelanggan. Zeitaml memberikan pengertian atas kata pelayanan sebagai penyampaian secara cerdas atas harapan konsumen. Penjelasan Zeitaml selanjutnya dikembangkan oleh Parasuraman dkk. yang mengemukakan bahwa ada lima dimensi yang harus diperhatikan ketika seorang konsumen melakukan penilaian atas kualitas jasa, diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Tengible, berkaitan dengan fasilitas fisik, pegawai, perlengkapan, dan juga sasaran komunikasi.

---

<sup>18</sup> Ika, arsita adiyanti 2015, pengaruh pendapatan, pengg terha

2. Emphaty, berkaitan dengan kemudahan melakukan hubungan, komunikasi yang bagus, perhatian individu, dan juga memahami kebutuhan pelanggan.
3. Responsiveness, berkaitan dengan keinginan para pelayan untuk membantu setiap pelanggan dan juga memberikan pelayanan yang tanggap.
4. Reliability, berkaitan dengan kemampuan memberikan pelayanan yang segera, andal, akurat, dan juga memuaskan.
5. Assurance, berkaitan dengan kemampuan, pengetahuan, kesopanan, dan juga sifat terpercaya. Lima hal ini adalah penilaian dari para konsumen.

Menurut Kotler, setiap kegiatan dan juga tindakan yang ditawarkan oleh pihak yang satu kepada pihak yang lain selalu didasarkan pada hal yang tidak berwujud sehingga tidak mengakibatkan bentuk kepemilikan apa pun. Semua proses produksi dapat dihubungkan satu produk fisik. Dari penjelasan itu, pengertian pelayanan bisa diartikan sebagai perilaku produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen demi tercapainya kepuasan.

Pada mulanya, pengertian pelayanan semata-mata adalah tindakan yang dilakukan orang lain untuk memenuhi kebutuhan orang lain. Pada perkembangannya, pelayanan dijadikan parameter dalam proses produksi antara penyedia jasa dengan pelanggannya, Pelayanan memang sangat dibutuhkan oleh manusia, baik pelayanan fisik untuk pribadi maupun pelayanan untuk massa atau negara.<sup>19</sup>

### **3. Faktor promosi**

promosi adalah mengiklankan suatu produk atau merek, menghasilkan penjualan, dan menciptakan loyalitas merek atau brand. Ini adalah salah satu dari empat elemen dasar bauran pemasaran, yang mencakup empat P: price, product, promotion, and place atau harga, produk, promosi, dan tempat. Promosi mencakup metode komunikasi yang digunakan pemasar untuk memberikan informasi tentang produknya. Informasi bisa bersifat verbal dan visual. Menurut ahli pemasaran Harper Boyd : promosi diartikan sebagai upaya membujuk orang untuk menerima produk, konsep dan gagasan. Menurut pakar pemasaran lainnya yaitu Boone dan Kurtz, promosi adalah proses menginformasikan, membujuk, dan mempengaruhi suatu keputusan pembelian. Sebenarnya ada banyak sekali versi

<sup>19</sup> <https://cashbac.com/blog/pengertian-promosi-tujuan-jenis-contoh/> (diakses pada tanggal 14 agustus 2020)

pengertian promosi yang dikemukakan oleh para ahli pemasaran diseluruh dunia, tetapi kesimpulannya kurang lebih sama, yaitu promosi adalah untuk memberitahukan, menginformasikan, menawarkan, membujuk, atau menyebarluaskan suatu produk atau jasa kepada calon konsumen dengan tujuan agar calon konsumen tersebut pada akhirnya dapat melakukan pembelian.

Faktor promosi adalah mengiklankan suatu produk atau merek, menghasilkan penjualan, dan menciptakan loyalitas merek atau brand. Ini adalah salah satu dari empat elemen dasar bauran pemasaran, yang mencakup empat P: price, product, promotion, and place atau harga, produk, promosi, dan tempat. Promosi mencakup metode komunikasi yang digunakan pemasar untuk memberikan informasi tentang produknya. Informasi bisa bersifat verbal dan visual.

Menurut ahli pemasaran Harper Boyd : promosi diartikan sebagai upaya membujuk orang untuk menerima produk, konsep dan gagasan. Menurut pakar pemasaran lainnya yaitu Boone dan Kurtz, promosi adalah proses menginformasikan, membujuk, dan mempengaruhi suatu keputusan pembelian. Sebenarnya ada banyak sekali versi pengertian promosi yang dikemukakan oleh para ahli pemasaran diseluruh dunia, tetapi kesimpulannya kurang lebih sama, yaitu promosi adalah untuk memberitahukan, menginformasikan, menawarkan, membujuk, atau menyebarluaskan suatu produk atau jasa kepada calon konsumen dengan tujuan agar calon konsumen tersebut pada akhirnya dapat melakukan pembelian.

#### 4. nilai harga

Nilai Harga adalah sejumlah uang yang diminta atau ditawarkan. Biaya adalah sejumlah uang yang dikeluarkan atas barang atau jasa atau jumlah yang dibutuhkan untuk menciptakan atau memproduksi barang atau jasa tersebut. Nilai adalah Konsep ekonomi yang merujuk pada hubungan financial antara barang dan jasa yang tersedia untuk dibeli dan mereka yang membeli dan menjualnya. Nilai bukan merupakan fakta, tapi lebih merupakan perkiraan manfaat ekonomi atas barang dan jasa pada suatu waktu tertentu dalam

hubungannya dengan definisi nilai tertentu. Pasar adalah sistem dan atau tempat barang dan jasa diperdagangkan antara pembeli dan penjual melalui mekanisme harga.<sup>20</sup>

## **B. Penelitian Terdahulu**

Secara umum penelitian tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pengguna E-Money telah banyak dilakukan diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Hari Prayitno pada tahun 2018 dengan judul penelitian. “ Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menngunakan E-money Pada Bank BRI Lamongan.” Penelitian ini adalah Penelitian Kuantitatif penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh persepsi kemudahan pengguna, persepsi daya guna, persepsi kepercayaan dan persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan e-money, penelitian ini merupakan penelitian survey yaitu suatu penelitian yang dilakukan melalui pengambilan data.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Sulisty Seti Utami pada tahun 2007 dengan judul,” Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money( Studi kasus pada mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta) Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menentukan sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya kegunaan e-money tidak mempengaruhi mahasiswa menggunakan e-money karena kegunaan nya sama saja dengan uang cash/uang tunai.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Abdulrahim Suwandi pada tahun 2018 dengan judul, “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengguna E-Money Pada Generasi Milenials (studi kasus pada mahasiswa ipb) penelitian ini adalah penelitian kuantitatif data di kumpulkan melalui kuesioner hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

---

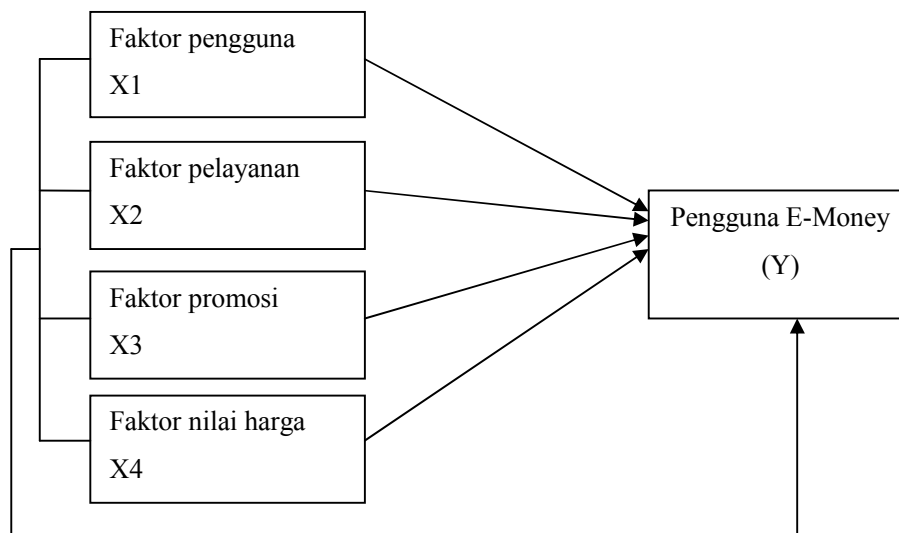
<sup>20</sup> <https://adityaiskandar.wordpress.com/2009/02/17/pengertian-biaya-harga-nilai-dan-pasar/> (diakses pada tanggal 14 agustus 2020)

sebagian besar responden mahasiswa ipb tingkat kuliah dan semester bersikap positif terhadap pengguna e-money dalam kehidupan sehari-hari, karena e-money dapat memudahkan transaksi sekaligus melindungi pengguna dari pencurian informasi pribadi dan transfer dana yang tidak sah.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ula Rahmatika pada tahun 2019 dengan judul, “ Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Elektronik Money : Integrasi Model TAM-TPB Dengan Perceived Risk, penelitian ini adalah penelitian kuantitatif hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap, persepsi manfaat, persepsi kemudahan pengguna, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi minat pengguna e-money, sementara persepsi resiko kerja, resiko sosial resiko waktu, resiko keuangan, dan resiko keamanan tidak menunjukkan adanya pengaruh terhadap minat pengguna e-money
5. Penelitian yang dilakukan Arsita Ika Adiyanti dengan judul, “Pengaruh Pendapatan Manfaat, Kemudahan Pengguna, Daya Tarik Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money, Penelitian ini bersifat Kuantitatif Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan, manfaat, kemudahan, pengguna, daya tarik promosi dan kepercayaan berpengaruh positif dan Signifikan terhadap minat menggunakan E-Money.
6. Penelitian ini dilakukan oleh Habsari Candradyta dengan judul, “Analisis penggunaan uang elektronik (Studi kasus pada mahasiswa pengguna produk Flazz BCA) Hasil penelitian menunjukkan variabel kesesuaian harga merupakan variabel yang berpengaruh secara positif dan signifikansi terbesar terhadap variabel minat menggunakan, variabel persepsi manfaat menghasilkan hasil regresi.

### C. Kerangka Berfikir

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti melakukan tahapan-tahapan kegiatan dengan mengikuti rencana kegiatan yang tertuang dalam kerangka pemikiran meliputi metode pengembangan sistem. Berikut ini dapat dilihat gambaran kerangka berpikir penelitian.



**Gambar 2.1 : Skema Kerangka Pemikiran.**

### A. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan teori-teori dan hasil penelitian seperti yang terlihat dalam kerangka Konsep, rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1.  $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh pengguna terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin  
 $H_a$  : Terdapat pengaruh pengguna terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin

2. Ho : Tidak terdapat pengaruh pelayanan terhadap pengguna e-money Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin  
Ha : Terdapat pengaruh pelayanan terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin
3. Ho : Tidak terdapat pengaruh promosi terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin  
Ha : Terdapat pengaruh promosi terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin
4. Ho : Tidak terdapat pengaruh nilai harga terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin  
Ha : Terdapat pengaruh nilai harga terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin
5. Ho : Tidak terdapat pengaruh pengguna, pelayanan, promosi, nilai harga terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin  
Ha : terdapat pengaruh pengguna, pelayanan, promosi, nilai harga terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian adalah proses pengumpulan dan analisis data penelitian. Ini berarti bahwa penelitian ini meliputi perencanaan dan melakukan penelitian. Dalam implementasi rancangan penelitian juga termasuk membuat eksperimen atau penganamatan, dan juga memilih variabel pengukuran, teknik dan prosedur, pengumpulan data, instrument, analisis data telah mengumpulkan sampel dan pelaporan hasil penelitian.

Metode ini suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah-langkah sistematis, sedangkan metodologi merupakan suatu pengajian dalam mempelajari peraturan-peraturan yang terdapat dalam penelitian. Ditinjau dari sudut filsafat, metodologi penelitian merupakan epistemology penelitian yaitu yang menyangkut kita bagaimana mengadakan penelitian.<sup>21</sup>

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian yang dilakukan penulis sebagai objek dilaksanakan di Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin

Waktu penelitian dilakukan pada bulan april 2020 sampai dengan bulan juli 2020 di Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin.

---

<sup>21</sup> Husaini Usma, Metodologi penelitian sosial (Jakarta : PT Bumi Aksara) Hal 41



NO	Kegiatan	2020																			
		APRIL				MEI				JUNI				JULI				AGUSTUS			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■	■	■	■																
2	Penyusunan proposal					■	■	■	■												
3	Bimbingan Proposal									■	■	■	■								
4	Seminar proposal													■	■						
5	Pengumpulan Data															■	■				
6	Bimbingan Skripsi																	■	■	■	■
7	Sidang meja Hijau																				■

### Rincian Waktu Penelitian

Tabel 3.1

#### C. Populasi, Sampel dan Tehnik Penarikan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah geeralisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin yang berjumlah 140.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang diteliti.<sup>22</sup> Tidak terbuktinya hipotesis penelitian itu terjadi karena sampel yang digunakan yang tidak representatif, baik karena sampel itu yang terlalu kecil maupun karena sampel tersebut tidak diambil secara acak.

Sampel yang digunakan pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin berjumlah 58 orang, jumlah sampel dalam penelitian ini diperoleh dan ditentukan dengan menggunakan rumus slovin, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

E = Error margin

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{140}{1 + 140(0,1)^2}$$

$$n = \frac{140}{1 + 1,40}$$

$$n = \frac{140}{2,40}$$

$$n = 58$$

Dalam penelitian ini, digunakan persentase 10% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel, Berdasarkan perhitungan diatas dengan jumlah populasi 140 orang, maka ukuran sampel yang diperoleh sebesar 58 responden.

---

<sup>22</sup> Nanang Martono, Metode Penelitian Kuantitatif edisi revisi 2 (Depok: PT Rajagrafindo2014) hal,76

#### D. Jenis Data Penelitian

Data merupakan faktor yang sangat penting dalam suatu penelitian dan data tersebut harus benar-benar dapat dipercaya kebenarannya untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Selama melakukan penulis menggunakan data sekunder, berupa data yang ada di perusahaan untuk melengkapi data primer data yang meliputi catatan-catatan, laporan, media, massa, dan dokumen-dokumen lainnya.

#### E. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional adalah penjabaran lebih lanjut tentang defenisi konsep yang diklarifikasi ke dalam bentuk variabel sebagai petunjuk untuk mengukur dan mengetahui baik buruknya pengukuran dalam suatu penelitian.

1. Variabel bebas (Independent) (X) Faktor yang mempengaruhi minat nasabah
2. Variabel terikat (Dependen) (Y) Pengguna E-Money.

#### F. Teknik pengumpulan Data

##### 1. Kuesioner

Yaitu menyebar angket kepada nasabah Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin yang dijadikan sebagai responden. Dalam memperoleh keterangan yang berkisar pada masalah yang ingin dipecahkan maka membuat klarifikasi dan katagori tergantung pada tanggapan dan pendapat dari responden yakni :

Tabel Skala Likert: **Tabel. 3.2**

Pertanyaan	Bobot
1. Sangat Setuju (SS)	5
2. Setuju (S)	4
3. Netral (N)	3
4. Tidak Setuju (TS)	2
5. Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## **G. Teknik Analisa Data**

Metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data dan menguji hipotesis yaitu dengan menggunakan analisa regresi linear berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan menggunakan bantuan perangkat lunak Microsoft Excel 2007 dan SPSS (*Statistical Package For Social Sciences*) versi 20.0

### **1. Uji Validasi Data**

#### a. Uji Validasi Data

Validitas pengujian dilakukan dengan metode Product moment correlation, yang dimana apabila koefisien korelasi yang didapat kurang lebih 0,30 maka data dapat dikatakan item tersebut interval atau valid<sup>23</sup>

#### b. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah tingkatan pada suatu tes secara konsisten mengukur beberapa tes itu mengukur, reabilitas dinyatakan dengan angka-angka, biasanya sebagai koefisien, koefisien yang menunjukkan bahwa reabilitas yang tinggi.<sup>24</sup>

### **2. Uji Asumsi Klasik**

Untuk melakukan uji asumsi klasik atas data sekunder ini, maka peneliti melakukan uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan ujinnormalitas, keempat asumsi klasik yang dianalisis dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package For social sciences*) versi 16.0

#### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah model regresi sebaran data variabel bebas dan terikat tersebut berdistribusi normal atau tidak, yang dapat dilakukan melalui beberapa pendekatan (Juliandi et al, 2016, hal.55) yaitu sebagai berikut:

##### 1) Pendekatan Histogram

Pada grafik histogram, dikatakan variabel berdistribusi normal dilihat pada grafik histogram yang berbentuk lonceng dan tidak menciung ke kiri atau menciung ke kanan.

<sup>23</sup> A. Muri Yusuf, Metode Penelitian Kuantitatif, dan Penelitian Gabungan (Jakarta: Kencana, 2017) Hal.238

<sup>24</sup> Hamid Darm Adi, Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial (Bandung : Alfabeta, 2014) hal.125

## 2) Pendekatan Grafik

Pendekatan grafik yang digunakan *Normality probability plot*, dasar pengambilan keputusan menurut (Ghozali 2018) adalah sebagai berikut:

- a) Jika data menyebar disekitar garis diagonalnya dan mengikuti arah garis diagonalnya maka regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonalnya dan tidak mengikuti garis diagonalnya maka model regresi tidak mengikuti asumsi normalitas.

## Uji Kolmogorov Smirnov

Uji kolmogrov smirnov bertujuan untuk mengetahui apakah data variabel dependen dengan variabel independen berdistribusi normal atau tidak (juliandi et al 2016). Dalam uji ini, kriteria yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

- a) Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal
- b) Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka data data tidak berdistribusi normal

Hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah :

Ho : Data residul berdistribusi normal

Ha : Data residul tidak berdistribusi normal

## B. Uji Heteroskedastisitas

Uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup><https://www.statistikian.com/2013/01/uji-heteroskedastisitas.html> diakses pada tanggal 02 Februari jam 03:49.

Ada tidaknya heterokedastitas dapat diketahui melalui grafik scatterplot antar nilai prediksi (ZPRED) variabel independen dengan nilai residualnya (SRESID), suatu model yang dapat dikatakan bebas dari permasalahan heterokedastisitas jika:

1. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah hanya diatas atau dibawah sekitar angka nol (0).
2. Titik-titik dan tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
3. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar, kemudian menyempit dan melebar lagi.
4. Penyebara titik-titik data sebaiknya tidak berbentuk pola

### C. Uji multikolinearitas

Uji Multikolinears adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah dalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinearitas yang kuat antar variabel bebas ( juliandi et al, 2016, hal.56). uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Rusman, 2015 hal. 59) cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varian (*variance inflasi factor/vip*) (Ghozali, 2018).

Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan:

1. Jika nilai tolerance  $>0,1$  maka artinya tidak terjadi multikolineralitas  
Sebaliknya jika terjadi tolerance  $<0$ , artinya multikolineralitas terhadap data yang diuji.
2. Jika nilai VIF  $<10$  maka artinya tidak terjadi multikolinearitas sebaliknya jika nilai VIF.  $>10$  maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji. Dat diolah menggunakan program SPSS.

### 3. Regresi Linear Berganda

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Pada kasus regresi berganda terdapat satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan e-money

$\alpha$  = konstanta

$\beta$  = Koefisien regresi

X1 = faktor pengguna

X2 = faktor pelayanan

X3 = faktor promosi

X4 = faktor nilai harga

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji t (Parsial)

Uji t dipergunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel dalam mempengaruhi variabel dependen. Alasan lain uji t dilakukan yakni untuk menguji apakah variabel (X) terdapat hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel (Y).

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

dimana:

t : nilai t hitung

r : koefisien koreksi

n : jumlah data pengamatan

dengan taraf signifika 5% uji dua pihak dan derajat kebebasan (dk) = n-2

keterangan:

- a) Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka ada hubungan signifikan antara variabel x dan y.
- b) Bila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka ada hubungan signifikan antara variabel x dan y.

**b. Uji F (simutan)**

Nilai F hitung digunakan untuk menguji ketetapan model (*goodness of fit*) yang digunakan dalam model mampu menjelaskan untuk menguji apakah variabel bebas atau tidak. Adapun cara pengujian dalam uji F ini, yaitu dengan menggunakan suatu variabel yang disebut dengan tabel ANOVA (*analysis of Variance*) dengan melihat nilai signifikan (Sig. < 0.05 atau %). Jika nilai signifikan > 0,05 maka ditolak, sebaliknya jika nilai signifikan < 0,05 maka diterima.

**c. Uji Determinan**

Uji  $R^2$  atau uji determinasi merupakan ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi, atau dengan kata lain angka tersebut dapat mengukur seberapa dekat garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya. Nilai koefisien determinan ( $R^2$ ) ini mencerminkan seberapa besar variasi terikat (Y) dapat diterangkan dengan Variabel bebas (X). Bila nilai Koefisien determinasi sama dengan 0 ( $R^2 = 0$ ), artinya variasi dari Y secara keseluruhan tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila  $R^2 = 1$ , artinya variasi dari Y semua titik pengamatan pada garis regresi. Dengan demikian baik atau buruknya suatu persamaan regresi ditentukan  $R^2$  nya yang mempunyai nilai antara 0 dan 1.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Penelitian**

##### **1. Sejarah Perusahaan PT. Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin**

Gagasan dan wacana untuk mendirikan Unit/Divisi usaha syariah sebenarnya telah berkembang cukup lama di kalangan stakeholder PT. Bank Sumut, khususnya direksi dan komisaris, yaitu sejak dikeluarkannya UU No. 10 tahun 1998 yang memberikan kesempatan bagi bank konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah. Pendirian Unit Usaha Syariah juga didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang religius, khususnya Umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajarannya dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi.

Komitmen untuk mendirikan unit usaha syariah semakin menguat seiring dikeluarkannya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa bunga haram. Tentunya, fatwa ini mendorong keinginan masyarakat muslim untuk mendapatkan layanan jasa-jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dari hasil survey yang dilakukan 8 (delapan) kota di Sumatera Utara menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap pelayanan bank syariah cukup tinggi yaitu mencapai 70% untuk tingkat keertarikan dan di atas 50% untuk keinginan mendapatkan pelayanan perbankan syariah.

Atas dasar ini, dan komitmen PT. Bank Sumut terhadap pengembangan layanan perbankan syariah maka pada tanggal 04 November 2004 PT. Bank Sumut membuka Unit Usaha Syariah dengan 2 kantor cabang syariah yaitu Kantor Cabang Syariah Medan dan Cabang Syariah Padang Sidempuan.

Visi Misi Unit Usaha Syariah haruslah mendukung visi dan misi PT. Bank Sumut secara umum, atas dasar itu ditetapkan visi unit Usaha Syariah yaitu “Meningkatkan keunggulan PT. Bank Sumut dengan memberikan layanan lebih luas berdasarkan prinsip-prinsip syariah sehingga mendorong partisipasi masyarakat secara luas dalam pembangunan daerah guna mewujudkan masyarakat yang sejahtera.” Sedangkan misinya adalah “Meningkatkan posisi PT. Bank Sumut melalui prinsip layanan perbankan syariah yang aman, adil dan saling

menguntungkan serta dikelola secara professional,” melalui pengembangan layanan perbankan syariah diharapkan PT. Bank Sumut dapat berperan lebih besar sesuai dengan visi dan misinya. Lebih lanjut, pengembangan usaha ini juga ditargetkan dapat meningkatkan profitabilitas PT. Bank Sumut sekaligus memperkuat tingkat kesehatannya.

## **2. Visi dan Misi Bank SUMUT Syariah**

### **Visi Bank SUMUT Syariah**

Menjadi Bank andalan untuk membantu dan mendorong perekonomian dan pembangunan daerah disegala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

### **Misi Bank SUMUT Syariah**

Adapun misi dari PT. Bank Sumut adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara professional yang didasarkan pada prinsip-prinsip compliance.

## **3. Statement Budaya Perusahaan.**

Statement Budaya Perusahaan atau sering dikenal dengan nama motto dari PT. Bank SUMUT Cabang Medan adalah memberikan pelayanan terbaik. Adapun penjabaran dari kata terbaik adalah :

- a. Berusaha untuk selalu terpercaya
- b. Energik didalam melakukan setaip kegiatan
- c. Senantiasa bersikap ramah
- d. Membina hubungan secara bersahabat
- e. Menciptakan suasana yang aman dan nyaman
- f. Memiliki integritas tinggi
- g. Komitmen penuh untuk melakukan yang terbaik

## **4. Fungsi Bank SUMUT Syariah**

Sebagai alat kelengkapan otonomi daerah bidang perbankan, PT Bank SUMUT Syariah Cabang Medan berfungsi sebagai penggerak dan pendorong laju pembangunan di daerah bertindak sebagai pemegang kas daerah yang

melaksanakan pemyimpangan uang daerah dan serta salah satu sumber pendapatan asli daerah melakukan kegiatan usaha sebagai bentuk umum seperti dimaksudkan pada undang-undang nmor 7 than 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan undang-undang nomor 10 tahun 1998.

### **5. Unit Usaha Syariah di Bank SUMUT**

Dalam mewujudkan visinya, bank Sumut telah mewujudkan komitmennya untuk mengembangkan layanan perbankan berdasarkan prinsip syariah. Dalam tahun 2004, bank sumut membuka unit usaha syariah yang mendapat izin dari bank Indonesia Cabang medan dengan suratnya No.6/142/DPIP/Prz/Mdn tanggal 18 Oktober 2004 dan Bank SUMUT UUS dibuka pada tanggal 04 November 2004, dengan 2 unit Kantor Operasional yaitu :

- a. Kantor Cabang Syariah Medan
- b. Kantor cabang syariah padang sidimpuan

Kemudian Bank SUMUT UUS semangkin menambah jaringan operasionalnya yaitu :

- a. Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi
- b. Kantor Cabang Syariah Sibolga
- c. Kantor Cabang Syariah Pematang Siantar
- d. Kantor Cabang Pembantu Syariah HM.Joni
- e. Kantor Cabang Pembantu Syariah HM. Yamin
- f. Kantor Cabang Pembantu Syariah Marelan Raya
- g. Kantor Cabang Pembantu Syariah Karya
- h. Kantor Cabang Pembantu Syariah Penyabungan
- i. Kantor Cabang Pembantu Syariah Lubuk Pakam
- j. Kantor Cabang Pembantu Syariah Binjai
- k. Kantor Cabang Pembantu Syariah Kisaran
- l. Kantor Cabang Pembantu Syariah Multatuli
- m. Kantor Cabang Pembantu Syariah Stabat
- n. Kantor Cabang Pembantu Syariah Hamparan Perak
- o. Kantor Cabang Pembantu Syariah Kampung Pon

- p. Kantor Cabang Pembantu Syariah Perdagangan.
- q. Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat
- r. Kantor Cabang Pembantu Syariah Jamin Ginting

Layanan Syariah sebanyak 84 unit seluruh konvensional sebanyak Bank SUMUT. Kantor Cabang Syariah Medan. Ini berdiri pada tanggal 28 oktober 2005 bersamaan dengan kantor cabang syariah padang sidimpunan no. 5/145/Prz/Mdn diikuti dengan dibukannya Cabang Syariah Tebing Tinggi pada Tanggal 26 Desember 2005 sesuai dengan izin Operasional Bank Indonesia medan kepada Direksi PT. Bank Sumut Syariah, kantor cabang pembantu dan Kantor Kas Bank Sumut. Pembentukan Unit Usaha Syariah ditunjukan untuk memberikan layanan perbankan yang lebih luas kepada masyarakat yang berkeinginan mendapatkan layanan perbankan yang lebih selaras dengan prinsip hukum islam.

Melalui Layanan produk dan jasa perbankan yang lebih luas tersebut diharapkan Bank Sumut dapat mendorong partisipasi masyarakat yang sejahtera dan berkeadilan melali prinsip-prinsip bagi hasil dan pertumbuhan ekonomi.

## **6. Alasan Bank Sumut Membuka UUS**

- a. Gagasan dan wacana untuk mendirikan unit atau divisi Usaha Syariah sebenarnya telah berkembang cukup lama dikalangan stakeholder bank sumut, khususnya direksi dan komisaris yaitu sejak dikeluarkannya UU No. 10 Tahun 1998 yang memberikan kesempatan bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah.
- b. Komitmen Mantan Gubsu. Alm. T.Rizal Nurdin yang ingin menjadikan Sumatera Utara sebagai pusat ekonomi syariah di Indonesia.
- c. Pendiri Unit Usaha Syariah juga didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang Religius, khususnya umat islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan dalam semua aspek sadar kehidupan, termasyk dalam bidang ekonomi.
- d. Komitmen yang mendirikan Unit Usaha Syariah semakin menguat seiiring dikeluarkannya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang

menyatakan bahwa bunga haram. Tentunya gfatwa ini mendorong keinginan masyarakat muslim untuk mendapatkan layanan jasa-jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

- e. Dari hasil survey yang di lakukan di 8 kota di Sumatera Utara menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap pelayanan Bank Syariah cukup tinggi yaitu mencapai 70% untuk tingkat keterkaitan dan diatas 50% untuk keinginan mendapatkan pelayanan perbankan syariah.

### **7. Makna Logo PT. Bank SUMUT Syariah.**

Kata kunci dari logo PT. Bank SUMUT Syariah adalah synergy yaitu kerjasama yang erat sebagai langkah lanjut dalam rangka meningkatkan taraf hidup yang lebih baik, berbekal kemauan keras yang didasarkan dengan profesionalisme dan siap memberikan pelayanan yang terbaik

Bentuk logo dari PT. Bank Sumut menggambarkan dua elemen yaitu dalam bentuk huruf “U” yang saling bersinergy membentuk huruf “S” yang merupakan kata awal dari Sumut . Sebuah gambaran bentuk kerja sama yang erat antara PT Bank Sumut dengan masyarakat Sumatera Utara, sebagaimana yang tertera pada visi bank sumut.



**Gambar 4.1 Logo Bank SUMUT Syariah**

Warna orange yang ada pada logo Bank Sumut sebagai symbol suatu hasrat untuk terus maju yang dilakukan energik yang dipandu dengan warna biru yang sportif dan professional, sebagaimana yang ada dalam moto atau statement budaya Bank Sumut, jenis huruf platini bold yang sederhana dan mudah dibaca.

Penulisan Bank dengan huruf kecil dan sumut dengan huruf capital guna lebih mengedepankan Sumatera Utara, sebagai gambaran keinginan dan dukungan untuk membangun dan membesarkan Sumatera Utara. Adapun penjelasan tentang angka 8 adalah sebagai berikut :

Setiap implementasi dari standart layanan bank sumut masing-masing berjumlah dengan delapan butir yang terinspirasi dari huruf “S” Pada logo Bank Sumut. Angka Delapan adalah angka bulat yang tidak terptus dalam penulisannya dan melaksanakan proses pelayanan pada nasabah yang tanpa henti.

## **8. Kegiatan Operasional Perusahaan.**

PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Medan adalah sebuah badan saha yang bergerak dalam bidang keuangan dan perbankan yang berbentuk badan hukum yang berupa perseroan terbatas PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Medan ini dalam kegiatan sehari-harinya dalam menghimpn dana maupun penyaluran dana masyarakat menerapkan prinsip Syariah yaitu bagi hasil , margin keuntungan, dan jual beli.

Dalam Menjalankan kegiatan usaha sehari-harinya PT.Bank SUMUT Cabang Syariah Medan dapat dibagi dalam beberapa jenis kegiatan yang meliputi Pelayanan dalam bentuk produk penghimpun dana yang merpakan perwujudan akan jasa perbankan yang ditawarkan. Adapun produk-produk yang kami tawarkan adalah :

### **a. Produk Wadiah**

#### **1) Tabungan Ib Martabe (Marwah)**

Tabungan Marwah Merupakan tabungan yang dikelola berdasarkan prinsip wadiah Yad-Dmanah yang merupakan titipan murni dengan seizin pemilik dana (Shabihul Mal), bank dapat mengelola di dalam operasonal bank yang mendukung sektor rill, menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh pemilik dana, Dapat dijadikan agunan pembiayaan, diberi bonus yang waktu dan jumlah tidak diperjanjikan, dijamin keamanannya , dapat melakukan penyetoran atau penarikan diseluruh unit kantor Bank SUMUT secara online

Lembaga Penjamin (LPS) Menjamin pengembalian dana titipan nasabah s/d Rp 2.000.000.000

Syarat-syarat pembukuan Tabungan Marwah :

1. Fotocopy kartu identitas diri yang masih aktif berupa KTP/SIM/Paspor/KITAS/SIM.
2. Mengisi dan menandatangani formulir permohonan pembukaan rekening.
3. Setoran awal perorangan minimal Rp. 10.000
4. Setoran Selanjtnya minimal Rp. 10.000
5. Saldo miimal Rp. 10.000
6. Pajak sesuai ketentuan pemerintah
7. Tidak dikenakan biaya administrasi
8. Biaya penutupan rekening RP. 10.000

Syarat tambahan bagi bagan/lembaga adalah anggaran dasar/anggaran rumah atau akta pendirian perusahaan, surat kuasa dari pengurus lainnya, atau SK pengangkatan bagi pejabat lembaga pemerintah/perusahaan/badan usaha dan pengganti buku karena hilang/ rusak dikarekan biaya administrasi sebesar Rp 10.000

#### **b. Simpanan Giro Wadiah**

Simpanan Giro Wadiah adalah produk penyimpanan dana yang menggunakan prinsip Wadiah Yad Ad Dmanah (titipan mrni) pada produk ini nasabah menitipkan dana dan bank akan mengembalikan titipan tersebut secara utuh apabila swaktu-waktu nasabah membutuhkannya. Adapun beberapa ketentuan dan keuntungan produk ini adalah dapat ditarik setiap saat menggunakan CEK dan Bilyet Giro, diberi bonus yang dan jumlahnya tidak diperjanjikan dan dijamin keamanannya :

Syarat-Syarat Giro Wadiah :

- 1 Foto copy kartu identitas yang masih aktif berupa KTP/SIM/Paspor
- 2 Mengisi aplikasi pembukaan rekening giro
- 3 Mengisiformulis data nasabah / data perusahaan
- 4 Mengisi tanda tangan beserta pasfoto nasabah/pemimpin perusahaan.

- 5 Untuk perusahaan atau badan usaha harus dilengkapi dengan company profile, SIUP,SITU,TDP, dan akta pendirian/perubahan perusahaan.

1) Akad pembukaan Rekening Giro

a. Produk Mudharabah

Adapun jenis produk Mudharabah yaitu :

a) Tabungan Ib Martabe Bagi Hasil (Marhanah)

Tabungan Marhamah merupakan produk penghimpun dana yang dalam pengelolaannya merupakan prinsip mudharabah Mutlaqah,yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah sebagai pemilik dana penyaluran dana nasabah tersebut dalam bentuk pembiayaan kepada usaha usaha yang menguntungkan dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Atas keuntungan yang dapat dari penyaluran dana, bank memberikan bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati.

Syarat-syarat pembukaan Tabungan Ib Martabe Bagi Hasil :

- 1 Fotocopy kartu indentitas yang masih aktif berupa KTP,SIM, dan Paspor
- 2 Mengisi dan menandatangani formulir permohonan pembukaan rekening.
- 3 Setoran Awal Rp. 10.000
- 4 Saldo Minimal Rp. 10.000
- 5 Pajak sesuai pemerintah

b) Deposito Ib Ibadah

Depositio Ib Ibadah merupakan produk yang system pengelolaannya berrdasarkan prinsip mudharah muthalaqah, Prinsip nya sama dengan tabungan marhama, akan tetapi dana yang disimpan oleh nasabah hanya dapat ditarik berdasarkan jangka waktu yang telah ditentukan dengan bagi hasil keuntungan yang telah disepakati bersama, Investasi akan disalurkan untk usaha yang prodktif dan halal.

c) Tabungan Makbul

Tabungan Makbul adalah produk tabungan khusus PT. Bank SUMUT sebagai sarana penitipan BPIH (Biaya Penyelenggara Ibadah Haji) penabung perorangan secara ataupun sekaligus dan tidak dapat melakukan transaksi penarikan.

Syarat syarat Pembukaan Tabungan Makbul



1. Fotocopy kartu identitas yang masih aktif berupa KTP/SIM
2. Mengisi formulir dan menandatangani formulir permohonan pembukaan rekening
3. Setoran Awal Rp. 1.000.000
4. Setoran Berikutnya Rp. 1.00.000
5. Penabung tidak dapat melakukan penarikan kecuali dalam rangka penutup tabungan
6. Penutupan tabungan sesuai permintaan penabung atau penabung menginggalkan dunia dan saldo tabungan seluruhnya dikembalikan tanpa dikenakan biaya administrasi
7. Penabung yang telah memiliki nomor porsi dan termasuk dalam kouta haji tahun berjalan harus melunasi kekurangan setoran biaya penyelenggara ibadah haji.

a. Produk Penyaluran Dana

- a. Adapun produk PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Medan yang bersifat menyalurkan dana adalah :

**b. Pembiayaan dengan akad jual beli**

Merupakan salah satu skim fiqih yang paling populer digunakan oleh perbankan syariah adalah skim jual beli Mudharabah yaitu akad (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli , bank juga dapat mensyaratkan untuk membayar uang muka dan nasabah membayar angsuran kepada Bank selama jangka waktu yang ditentukan. Dalam aplikasi Bank SUMUT Cabang Syariah Medan membedakan ke dalam 4 jenis tujuan pembiayaan mudharabah yaitu :

- a) Murabahah untuk konsumsi : Pembelian kendaraan bermotor, pembelian dan renovasi rumah dan lain,lain.
- b) Murabahah untuk modal kerja : membeli persediaan barang dagangan dan lain-lain
- c) Murabahah untk investasi : membeli kebun, membeli peralatan, dan lain-lain
- d) Pembiayaan Dengan Sistem Bagi Hasil (Mudharabah)

Mudharabah adalah akad kerja sama antara baik sebagai pemilik dana (Shabihul Mal) dengan nasabah pengelola dana (mudharib). Jangka waktu pembiayaan, pengambilan dana dan pembagian keuntungan ditentukan dalam akad. Pembiayaan Mudharabah dapat dimanfaatkan untuk nasabah yang membutuhkan dan secara cepat untuk membiayai proyek/pekerjaan/usaha. Bank tidak berhak dalam pengawasan dan pembiayaan usaha nasabah.

e) **Pembiayaan Musyarakah**

Pembiayaan Musyarakah adalah penanaman dana dari pemilik dana/modal untuk mencampurkan dana/modal terhadap suatu tertentu dengan pembagian keuntungan nisbah yang telah disepakati antara nasabah dan bank. Kerugian ditanggung oleh pemilik dana/modal berdasarkan bagian dana/modal, masing-masing . Jangka waktu pembiayaan, pengembalian dana dan pembagian keuntungan ditentukan dalam akad.

**c. Pinjaman (Qard) Dengan Gadai Emas Ib**

Pinjaman (Qard) Dengan Gadai Emas Ib adalah fasilitas dana tanpa imbalan jasanya yang diberikan oleh bank kepada nasabah dengan jaminan berupa emas.

**1. Jasa-Jasa Bank**

Adapun yang ditawarkan PT.Bank SUMUT Cabang Syariah Medan adalah sebagai berikut.

a) **Kirim Uang (Transfer)**

Kirim Uang (Transfer) yaitu jasa bank dalam pengiriman dana dari satu cabang ke cabang lain atas permintaan pihak ketiga (Ijab dan Qabul) untuk dibayarkan kepada penerima ditempat lain. Kiriman uang menggunakan prinsip wakalah. Fasilitas BI-RTGS untuk melayani kebutuhan akan jasa transfer ke seluruh bank di nusantara secara sehat dan aman. Bank SUMUT Syariah telah online ke seluruh jaringan kantor PT. Bank SUMUT.

b) **Kliring**

Kliring adalah tata cara perhitungan utang piutang dalam bentuk surat berharga antara Bank peserta kliring dengan maksud agar perhitungan utang

piutang itu diselenggarakan dengan mudah, cepat dan aman, landasan syariahnya menggunakan prinsip wakalah.

c) Ingkaso (Jasa Tagih)

Ingkaso adalah pengiriman surat atau dokumen berharga untuk ditagihkan pembayaran kepada pihak yang menerbitkan atau ditentukan (tertarik) dalam surat atau dokumen berharga tersebut, dengan landasan syariahnya menggunakan prinsip wakalah.

d) Bank Garasi

Bank Garasi adalah pemberian janji bank kepada pihak lain untuk jangka waktu tertentu dan keperluan tertentu, jumlah tertentu dan keperluan bahwa bank akan membayar kewajiban nasabah yang diberi garansi kepada pihak lainnya tersebut, apabila nasabah tersebut cidera janji. Bank garasi menggunakan prinsip Kafalah Al Nualaqah. Dalam aplikasinya dari PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Medan, bank member garansi untuk kontraktor yaitu : jaminan penawaran (Tender Bond), Penerima Uang muka (Advance Payment Bond), melaksanakan pekerjaan (Performance Bond), pemeliharaan (Maintenance/Retention Bond).

9. Lokasi Pemasaran

Adapun lokasi perusahaan tempat penulis melakukan praktek kerja lapangan (PKL) yang kurang lebih 1 bulan yaitu pada PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Medan Jl. Brigjen Katamso No. 33A (Komplek Centrium) AUR, Medan Maimun.

1. Daerah Pemasaran.

a) Kantor Cabang Syariah Medan : Jl. Brigjen Katamso, Komplek Centrium No. 4 AUR, Medan Maimun. Telp (061)4569262

1) Kantor Cabang Syariah Padang Sidempuan : Jl. Merdeka No.12 Padang Sidempuan, Telp (0634)21078 dan fax (0634)21888

2) Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi : Jl. Sutomo No.21 Tebing Tinggi. Telp (0621)22000 dan Fax (0621)21740

3) Kantor Cabang Pembantu Syariah Stabat : Jl H Zainul Arifin No.  
201 Stabat Telp (061)8912408

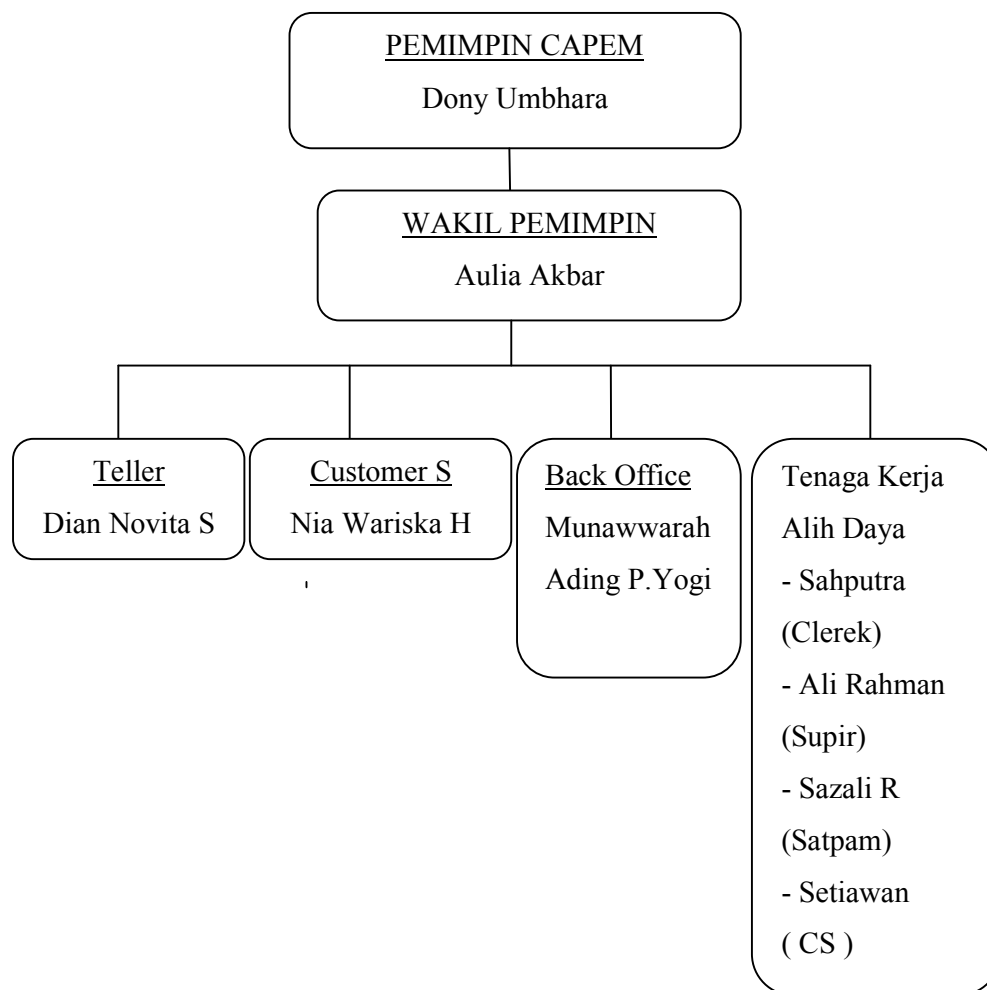
4) Kantor Cabang Pembantu Syariah Lubuk Pakam

## 2. Struktur Organisasi.

Struktur Organisasi merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pimpinan perusahaan.

### STRUKTUR ORGANISASI PT. BANK SUMUT SYARIAH KCP

#### H.M YAMIN MEDAN



**Gambar 4.2 Struktur Organisasi Bank SUMUT Syariah Capem H.M Yamin Medan.**

## **1. Deskripsi Tugas**

### **a) Pimpinan Cabang Syariah**

- 1) Mengkoordinasikan dan mengawasi seluruh aktifitas operasional perbankan di Kantor Cabang.
- 2) Memastikan tercapainya target bisnis Cabang Pembantu yang telah ditetapkan.
- 3) Memastikan terlaksananya Standart Layanan nasabah di Cabang Pembantu.
- 4) Menyusun Rencana Bisnis Bank ( RBB ) untuk Cabangnya dan Melakukan sosialisasi Rencana Bisnis Bank ( RBB ) kepada bawahan.
- 5) Melakukan penilaian kinerja secara objektif, mendiskusikan target kinerja yang akan datang dengan bawahan.

### **b) Wakil Pemimpin Cabang**

- 1) Memberikan sarana dan pertimbangan kepada Pimpinan Cabang
- 2) Mensupervisi unit kerja dikantor Cabang yang dibawahnya.
- 3) Membantu pimpinan Cabang dalam membina dan mengawasi seluruh pekerjaan staf dan karyawan dilingkungan Kantor Cabang.
- 4) Membantu pimpinan cabang dalam mengevaluasi dan meningkatkan performance Kantor Cabang
- 5) Melakukan upaya peningkatan pelayanan kepada nasabah
- 6) Mengkoordinasi penyusunan usulan rencana kerja dari unit kerja yang dibawah
- 7) Sebagai salah satu anggota/ketua komite pemutusan kredit kantor cabang sesuai dengan atas kewenangan.
- 8) Mengkoordinir dan memeriksa pembuatan laporan-laporan, analisis serta memberikan sarana antisipasi untuk tindak lanjutan
- 9) Melakukan pembinaan, pengawasan, dan pengatur seluruh kegiatan operasional kantor cabang termasuk kantor kas cabang setiap harinya.
- 10) Mengatur kebutuhan likuiditas kantor kas cabang setiap harinya

**c) Bank Office**

- 1) Tugas umumnya adalah melaksanakan aktivitas marketing pada umumnya sesuai dengan tingkat kebutuhan calon nasabah dalam memasarkan produk dan jasa bank berikut pengawasan dan pelayanan nasabah.
- 2) Tugas hariannya adalah mengumpulkan data potensial daerah dan potensial pasar, melakukan pembiayaan terhadap calon nasabah potensial, menyiapkan usaha pembiayaan.
- 3) Tugas bulanannya adalah perencanaan sosialisasi nasabah baru dan bertanggung jawab atas pelaporan pencapaian target pembiayaan.
- 4) Tugas khususnya adalah bertanggung jawab terhadap pencapaian target financing

**d) Customer Service**

- 1) Melayani Permasalahan nasabah
- 2) Membantu nasabah dalam setiap kebutuhannya.
- 3) Menanggulangi setiap persoalan yang ditanyakan nasabah.
- 4) Menyelesaikan permasalahan nasabah.

**e) Teller**

- 1) Mengatur proses pembukuan dan penutupan brankas
- 2) Mengatur proses persiapan mulai dan pengajuan uang untuk transaksi harian sampai persiapan alat bantu transaksi
- 3) Merekap data-data yang diberikan *account officer* kepada *teller*.
- 4) Menyusun laporan atau berkas kedalam database nasabah.

**f) Driver**

- 1) Mengantar/menjemput pegawai yang dinas luar dan yang terkait dengan hal tersebut.
- 2) Menjamin kendaraan dinas / kendaraan operasional selalu siap pakai dengan memeriksa perlengkapan kendaraan, oli, air radiator, ban, kunci-kunci, dan yang lain terkait hal tersebut.

**g) Clerek**

- 1) Memeriksa, menyusun, dan menjilid mutasi harian
- 2) Menambah peralatan kantor dan keperluan kantor ke Kantor Cabang Syariah
- 3) Membukakan surat-surat seperti sp4 ( Surat persetujuan prinsip pemberian pembiayaan), taksasi, nota kredit , jenis pembiayaan, nota dinas, STJ (Surat Tugas Jalan)
- 4) Mengambil surat polis aksrida ke Kantor Cabang Syariah Medan.

**h) Security**

Bertanggung jawab dalam melindungi dan menjaga nasabah dan karyawan perusahaan dalam ruang lingkup perusahaan.

Tugas pokok :

- 1) Mengamankan perusahaan
- 2) Memberikan kenyamanan pengunjung (nasabah/calon nasabah)
- 3) Membuka pintu utama bank, saat nasabah akan melakukan transaksi di bank.

**B. Deskripsi Karakteristik Responden**

Responden penelitian ini adalah bagian dari populasi pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP HM. Yamin dengan jumlah sampel sebanyak 61 orang pada perusahaan tersebut, yang terdiri dari beberapa karakteristik.

**Tabel 4.1**

**Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase ( % )
1	Laki-laki	28	45,9%
2	Perempuan	30	49,2 %
Jumlah		58	100 %

*Sumber : PT. Bank SUMUT Syariah KCP HM. Yamin*

Dari tabel diatas diketahui bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 28 orang (45,9 %), sedangkan responden perempuan sebanyak 30 orang (49,2%). Hal ini disebabkan pada saat penyebaran angket lebih banyak diterima jenis perempuan dibandingkan laki-laki.

**Tabel 4.2**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	20-30 Tahun	35	60,3%
2	30-40 Tahun	16	27,5%
3	40-50 Tahun	3	5,1 %
4	50-60 Tahun	4	6,8 %
Jumlah		58	100 %

*Sumber : PT. Bank SUMUT Syariah KCP HM. Yamin*

Dari tabel diketahui bahwa responden nasabah pada kelompok yang terbesar pada umur 20-30 tahun sebanyak 35 orang (60,3%), sedangkan kelompok terkecil berada pada umur 40-50 tahun sebanyak 3 orang (5,1%).

**Tabel 4.3**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SMA	25	43,1%
2	Sarjana/Diploma	26	44,8%
3	S2	4	6,8%
4	S3	3	5,1%
Jumlah		58	100 %

*Sumber : PT. Bank SUMUT Syariah KCP HM. Yamin*

Dari tabel diketahui bahwa responden nasabah pada kelompok terbesar adalah pendidikan terakhir Sarjana/Diploma sebanyak 26 orang (44,8%), sedangkan kelompok pendidikan paling sedikit adalah S3 Sebanyak 3 orang (5,1%).



**Tabel 4.4**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan**

No	Pendapatan Perbulan	Jumlah	Persentase (%)
1	Rp. 2.000.0000 - 3.000.000	21	36,2%
2	Rp. 3.000.000 - 4.000.000	12	20,6%
3	Rp. 4.000.000 - 5.000.000	15	25,8%
4	Rp. 5.000.000 – 6.000.000	10	17,2%
Jumlah		58	100 %

**Sumber : PT. Bank SUMUT Syariah KCP HM. Yamin**

Dari tabel diketahui bahwa responden nasabah pada kelompok gaji terbesar adalah RP 2.000.000-3.000.000 Sebanyak 21 orang (34,4%) sedangkan kelompok gaji paling sedikit adalah Rp. 5.000.000-6.000.000 Sebanyak 10 orang (17,2%)

### C. Penyaji Data

Berikut ini penulis akan menyajikan tabel frekuensi hasil skor jawaban responden dari angket yang penulis sebar. Diantaranya dapat dikemukakan sebagai berikut

**Tabel 4.5**  
**Faktor Pengguna (X1)**

Alternatif Pertanyaan												
Item Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	6	10,2	29	49,2	8	13,6	8	13,6	7	11,9	58	100
2	6	10,2	30	50,8	7	11,9	10	16,9	5	8,5	58	100
3	5	8,5	30	50,8	14	23,7	5	8,5	4	6,8	58	100
4	5	8,5	27	45,8	12	20,3	11	18,6	3	5,1	58	100
5	5	8,5	32	54,2	13	22,0	5	8,5	3	5,1	58	100
6	7	11,9	24	40,7	14	23,7	9	15,3	4	6,8	58	100
7	2	3,4	28	47,5	16	27,1	8	13,6	4	6,8	58	100
8	6	10,2	23	39,0	10	16,9	11	18,6	8	13,6	58	100
9	6	10,2	23	39,0	14	23,7	11	18,6	4	6,8	58	100
10	8	13,6	26	44,1	10	16,9	11	18,6	3	5,1	58	100

**Sumber : Data Penelitian (Diolah)**

Dari hasil tabel 4.5 dapat kita lihat bahwasannya dari 58 responden yang di temui dan penelitian di lapangan, peneliti berhasil mendapatkan hasil data bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju terkait faktor pengguna berjumlah 58 atau memilih setuju 272 memilih netral 118 memilih tidak setuju 89 memilih

sangat tidak setuju 45 hal Ini dapat dilihat dari persentase jawaban responden lebih banyak memilih (Setuju)

**Tabel 4.6**  
**Faktor Pelayanan(X2)**

Alternatif Pertanyaan												
Item Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	9	15,3	26	44,1	10	16,9	9	15,3	4	6,8	58	100
2	8	13,6	25	42,4	8	13,6	12	20,3	5	8,5	58	100
3	6	10,2	25	42,4	12	20,3	9	15,3	6	10,2	58	100
4	13	22,0	22	37,3	9	15,3	11	18,6	3	5,1	58	100
5	11	18,6	18	30,5	13	22,0	11	18,6	5	8,5	58	100
6	6	10,2	26	44,1	7	11,9	14	23,7	5	8,6	58	100
7	4	6,8	27	45,8	16	27,1	6	10,2	5	8,5	58	100
8	7	11,9	23	39,0	17	28,8	5	8,5	6	10,2	58	100
9	8	13,6	26	44,1	7	11,9	8	13,6	9	15,3	58	100
10	5	8,5	28	47,5	8	13,9	10	16,9	7	11,9	58	100

**Sumber : Data Penelitian (Diolah)**

Dari hasil tabel 4.6 dapat kita lihat bahwasannya dari 58 responden yang di temui dan penelitian di lapangan, peneliti berhasil mendapatkan hasil data bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju terkait faktor pelayanan berjumlah 77 memilih, setuju 246 memilih, netral 107 memilih, tidak setuju 85 memilih sangat tidak setuju 59 hal Ini dapat dilihat dari persentase jawaban responden lebih banyak memilih (Setuju)

**Tabel 4.7**  
**Faktor Promosi (X3)**

Alternatif Pertanyaan												
Item Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	6	10,2	29	49,2	7	11,9	8	13,6	8	13,6	58	100
2	4	6,8	29	49,2	10	16,9	10	16,9	5	8,5	58	100
3	7	11,9	25	42,4	11	18,6	6	10,2	9	15,3	58	100
4	2	3,4	24	40,7	17	28,8	6	10,2	9	15,3	58	100
5	2	3,4	27	45,8	14	23,7	9	15,3	6	10,2	58	100
6	1	1,7	31	52,5	10	16,9	6	10,2	10	16,9	58	100
7	2	3,4	31	52,5	10	16,9	6	10,2	9	15,3	58	100
8	3	5,1	28	47,5	16	27,5	4	6,8	7	11,9	58	100
9	4	6,8	35	59,3	5	8,5	8	13,6	6	10,2	58	100
10	6	10,2	27	45,8	10	16,9	10	16,9	5	8,5	58	100

**Sumber : Data Penelitian (Diolah)**

Dari hasil tabel 4.7 dapat kita lihat bahwasannya dari 58 responden yang di temui dan penelitian di lapangan, peneliti berhasil mendapatkan hasil data bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju terkait faktor promosi berjumlah 37 memilih, setuju 285 memilih, netral 110 memilih tidak setuju 73 memilih sangat tidak setuju 74 hal Ini dapat dilihat dari persentase jawaban responden lebih banyak memilih (Setuju)

**Tabel 4.8**  
**Faktor Nilai Harga (X4)**

Alternatif Pertanyaan												
Item Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	5	8,5	30	50,8	10	16,9	10	16,9	3	5,1	58	100
2	5	8,5	24	40,7	12	20,3	11	18,6	6	10,2	58	100
3	5	8,5	25	42,4	14	23,7	9	15,3	5	8,5	58	100
4	7	11,9	27	45,8	15	25,4	6	10,2	3	5,1	58	100
5	7	11,9	24	40,7	12	20,3	9	13,3	4	6,8	58	100
6	4	6,8	29	49,2	13	22,0	6	10,2	6	10,2	58	100
7	5	8,5	31	52,5	9	15,3	8	13,6	5	8,5	58	100
8	4	6,8	32	54,2	7	11,9	7	11,9	4	6,8	58	100
9	6	10,2	27	45,8	8	13,6	12	20,3	5	8,5	58	100
10	6	10,2	29	49,2	11	18,6	6	10,2	6	10,2	58	100

**Sumber : Data Penelitian (Diolah)**

Dari hasil tabel 4.8 dapat kita lihat bahwasannya dari 58 responden yang di temui dan penelitian di lapangan, peneliti berhasil mendapatkan hasil data bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju terkait faktor nilai harga berjumlah 54 memilih, setuju 278 memilih, netral 111 memilih tidak setuju 84 memilih sangat tidak setuju 47 hal Ini dapat dilihat dari persentase jawaban responden lebih banyak memilih (Setuju)

**Tabel 4.9**  
**Skor angket untuk Variabel Y (Pengguna E-Money)**

Alternatif Pertanyaan												
Item Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	3	5,1	33	55,9	9	15,3	9	15,3	4	6,8	58	100
2	5	8,5	29	49,2	9	15,3	10	16,9	5	8,5	58	100
3	6	10,2	33	55,9	8	13,6	6	10,2	5	8,5	58	100
4	5	8,5	27	45,8	12	20,3	8	13,6	6	10,2	58	100
5	6	10,2	28	47,5	12	20,3	5	8,5	7	11,9	58	100
6	3	5,1	31	52,5	11	18,6	7	11,9	6	10,2	58	100
7	6	10,2	33	55,9	10	16,9	4	6,8	5	8,5	58	100
8	7	11,9	31	52,5	9	15,3	8	13,6	3	5,1	58	100
9	2	3,4	33	55,9	11	18,6	9	15,3	3	5,1	58	100
10	3	5,1	35	59,3	9	15,3	7	11,9	4	6,8	58	100

**Sumber : Data Penelitian (Diolah)**

Dari hasil tabel 4.9 dapat kita lihat bahwasannya dari 58 responden yang di temui dan penelitian di lapangan, peneliti berhasil mendapatkan hasil data bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju terkait pengguna e-money berjumlah 46 memilih setuju 313 memilih netral 100 memilih tidak setuju 73 memilih sangat tidak setuju 54 hal Ini dapat dilihat dari persentase jawaban responden lebih banyak memilih (Setuju)

## D. Analisis Data

### 1. Uji Valitas Data

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode statistik yaitu korelasi. Sebuah angket nilai  $r$  hitungnya  $<$  dari  $r$  tabel maka suatu angket dikatakan tidak valid. Dibawah ini merupakan tabel hasil dari uji validitas variabel faktor pengguna (X-1)

**Tabel 4.10**  
**Faktor Pengguna (X1)**

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,597	0,2542	Valid
Item 2	0,659	0,2542	Valid
Item 3	0,785	0,2542	Valid
Item 4	0,727	0,2542	Valid
Item 5	0,676	0,2542	Valid
Item 6	0,734	0,2542	Valid
Item 7	0,735	0,2542	Valid
Item 8	0,568	0,2542	Valid
Item 9	0,690	0,2542	Valid
Item 10	0,433	0,2542	Valid

**Sumber : SPSS 16**

Berdasarkan dari tabel diatas pengolahan data variabel Faktor pengguna (X.1) yang di dapatkan dari pengolahan data menggunakan program spss 16.0 menunjukan bahwa seluruh nilai  $r$  hitung lebih besar dari pada nilai  $r$  tabel, artinya dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan variabel faktor pengguna (X.1) Valid.

**Tabel 4.11**  
**Faktor Pelayanan (X2)**

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,748	0,2542	Valid
Item 2	0,772	0,2542	Valid
Item 3	0,730	0,2542	Valid
Item 4	0,689	0,2542	Valid
Item 5	0,745	0,2542	Valid
Item 6	0,781	0,2542	Valid
Item 7	0,756	0,2542	Valid
Item 8	0,779	0,2542	Valid
Item 9	0,744	0,2542	Valid
Item 10	0,693	0,2542	Valid

**Sumber : SPSS 16**

Berdasarkan dari tabel diatas pengolahan data variabel Faktor pelayanan (X.2) yang di dapatkan dari pengolahan data menggunakan program spss 16.0 menunjukkan bahwa seluruh nilai r hitung lebih besar dari pada nilai r tabel, artinya dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan variabel faktor pelayanan (X.2) Valid.

**Tabel 4.12**  
**Faktor Promosi (X3)**

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,718	0,2542	Valid
Item 2	0,856	0,2542	Valid
Item 3	0,819	0,2542	Valid
Item 4	0,710	0,2542	Valid
Item 5	0,836	0,2542	Valid
Item 6	0,782	0,2542	Valid
Item 7	0,851	0,2542	Valid
Item 8	0,807	0,2542	Valid



Item 9	0,736	0,2542	Valid
Item 10	0,597	0,2542	Valid

**Sumber : SPSS 16.**

Berdasarkan dari tabel diatas pengolahan data variabel Faktor promosi (X.3) yang di dapatkan dari pengolahan data menggunakan program spss 16.0 menunjukan bahwa seluruh nilai r hitung lebih besar dari pada nilai r tabel, artinya dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan variabel faktor promosi (X.3) Valid.

**Tabel 4.13**

**Faktor Nilai Harga (X4)**

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,806	0,2542	Valid
Item 2	0,705	0,2542	Valid
Item 3	0,719	0,2542	Valid
Item 4	0,704	0,2542	Valid
Item 5	0,553	0,2542	Valid
Item 6	0,726	0,2542	Valid
Item 7	0,727	0,2542	Valid
Item 8	0,748	0,2542	Valid
Item 9	0,714	0,2542	Valid
Item 10	0,813	0,2542	Valid

**Sumber : SPSS 16**

Berdasarkan dari tabel diatas pengolahan data variabel Faktor pengguna (X.4) yang di dapatkan dari pengolahan data menggunakan program spss 16.0 menunjukan bahwa seluruh nilai r hitung lebih besar dari pada nilai r tabel, artinya dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan variabel faktor nilai harga (X.4) Valid.

**Tabel 4.14**  
**Pengguna E-Money (Y)**

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,813	0,2542	Valid
Item 2	0,658	0,2542	Valid
Item 3	0,631	0,2542	Valid
Item 4	0,691	0,2542	Valid
Item 5	0,752	0,2542	Valid
Item 6	0,754	0,2542	Valid
Item 7	0,853	0,2542	Valid
Item 8	0,819	0,2542	Valid
Item 9	0,772	0,2542	Valid
Item 10	0,723	0,2542	Valid

**Sumber : SPSS 16**

Berdasarkan dari tabel diatas pengolahan data menggunakan program SPSS 16.0 menunjukkan bahwa seluruh nilai r hitung lebih besar dari pada nilai r tabel, artinya dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pengguna e-money (Y) Valid.

## **2. Uji Reabilitas Data**

Uji Reabilitas Data merupakan alat untuk mengukur suatu angket yang merupakan bagian dari indicator variabel, sebuah angket dapat dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,60 dan dikatakan tidak reabel jika nilai Cronbach Alpha < 0,60 berikut dibawah ini adalah tabel uji reabilitas variabel Faktor pengguna (X.1)

**Tabel 4.15**  
**Faktor Pengguna (X1)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.761	11

*Sumber : Output SPSS 16.0 Data Diolah 2020*

Berdasarkan pada data tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel faktor pengguna memperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,761 oleh karena itu nilai *Cronbach Alpha* variabel faktor pengguna pada penelitian ini lebih besar dari pada nilai *Cronbach Alpha* 0,60 maka dapat disimpulkan bawa instrument penelitian ini reliabel.

**Tabel 4.16**  
**Faktor Pelayanan (X2)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.775	11

*Sumber : Output SPSS 16.0 Data Diolah 2020*

Berdasarkan pada data tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel faktor pelayanan memperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,775, oleh karena itu nilai *Cronbach Alpha* variabel faktor pelayanan pada penelitian ini lebih besar dari pada nilai *Cronbach Alpha* 0,60 maka dapat disimpulkan bawa instrument penelitian ini reliabel.

**Tabel 4.17**  
**Faktor Promosi (X3)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.779	11

*Sumber : Output SPSS 16.0 Data Diolah 2020*

Berdasarkan pada data tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel faktor promosi memperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,779 oleh karena itu nilai

*Cronbach Alpha* variabel faktor promosi pada penelitian ini lebih besar dari pada nilai *Cronbach Alpha* 0,60 maka dapat disimpulkan bawa instrument penelitian ini reliabel.

**Tabel 4.18**  
**Faktor Nilai Harga (X4)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.772	11

*Sumber : Output SPSS 16.0 Data Diolah 2020*

Berdasarkan pada data tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel faktor Nilai harga memperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,772 oleh karena itu nilai *Cronbach Alpha* variabel faktor nilai harga pada penelitian ini lebih besar dari pada nilai *Cronbach Alpha* 0,60 maka dapat disimpulkan bawa instrument penelitian ini reliabel.

**Tabel 4.19**  
**Pengguna E-Money (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.776	11

*Sumber : Output SPSS 16.0 Data Diolah 2020*

Berdasarkan pada data tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel faktor pengguna e-money memperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,776 oleh karena itu nilai *Cronbach Alpha* variabel pengguna e-money pada penelitian ini lebih besar dari pada nilai *Cronbach Alpha* 0,60 maka dapat disimpulkan bawa instrument penelitian ini reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Untuk membuktikan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka perlu dilakukan pengujian normalitas data, multikolonieritas dan heteroskedastisitas.

### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas ini merupakan data yang di pergunakan untuk mengukur apakah data memiliki distribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan pendekatan uji normalitas *klomogrov-smirnov*, hasil uji normalitas terdapat dalam tabel ini.

**Tabel 4.20**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardiz ed Residual
N		58
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.57886918
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.083
	Negative	-.084
Kolmogorov-Smirnov Z		.642
Asymp. Sig. (2-tailed)		.805

a. Test distribution is Normal.

*Sumber : Output SPSS 16.0 Data Diolah 2020*

Dari tabel diatas, diperoleh angka atau probabilitas atau asymp. Sig. (2-tailed), yang akan dibandingkan dengan 0,05 (dalam hal ini pengambilan keputusan data menggunakan pedoman. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hasil tersebut berdistribusi normal, namun jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil tabel 4.20 keputusan uji normalitas dapat diketahui bahwa nilai asymp. Sig. (2-tailed pada penelitian data ini sebesar 0,805 artinya nilai tersebut lebih besar ( $>$ ) Dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh data ini berdistribusi normal

### b. Uji Multikolinearilitas

Uji Multikolinearilitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen. Cara yang

digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varian (*Variance Inflasi Factor/VIF*).

**Tabel 4.21**  
**Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.127	1.958		-.065	.949		
	faktor pengguna	.218	.119	.195	1.834	.072	.331	3.020
	faktor pelayanan	.110	.112	.121	.985	.329	.250	4.007
	faktor promosi	.009	.106	.010	.087	.931	.270	3.697
	faktor nilai harga	.644	.108	.639	5.974	.000	.326	3.068

a. Dependent Variable: pengguna e-money

*Sumber : Output SPSS 16.0 Data Diolah 2020*

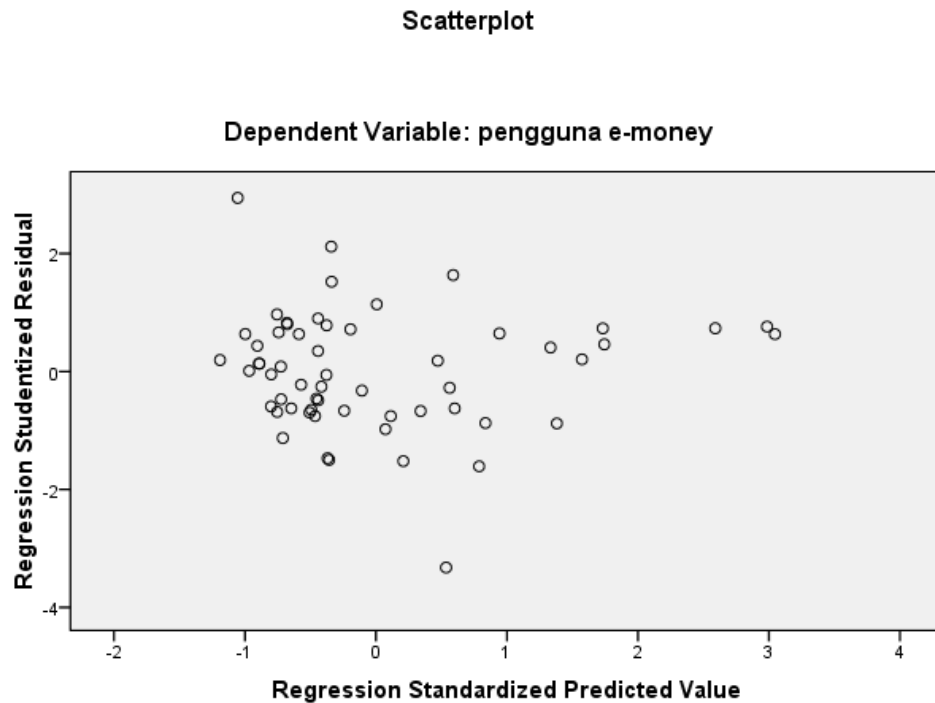
Berdasarkan pada hasil tabel diatas, diketahui bahwa nilai VIF X-1 (Pengguna) sebesar 3.020, X-2 (Pelayanan) sebesar 4.007, X-3 (Promosi) sebesar 3.697, X-4 (Nilai harga) 3.068 dengan demikian ke empat variabel terbebas dari masalah multikolinearitas, karena nilai VIF Diatas tersebut kurang dari 10, maka penelitian ini dikatakan layak untuk di pakai

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas berguna untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model yang dimana moel tersebut dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* tersebut. Tidak terjadi Heteroskedastisitas jika :

- a. Penyebaran titik-titik data/gambar sebaiknya tidak berpola
- b. Titik –titik data/gambar menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0
- c. Titik- titik data/ gambar tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah.

Hasil dari pengujian heteroskedastisitas dapat dicermati pada gambar *Scatterplot* dibawah ini :



*Sumber : Output SPSS 16.0 Data Diolah 2020*

#### **Gambar 4.3 Heterokedastisitas**

Berdasarkan pada pola gambar Scatterplot terlihat bahwa titik-titik pada gambar menyebar dan tidak ada membentuk pola apapun, maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya terjadi heteroskedastisitas.

#### **4. Pengujian Hipotesis**

##### **a. Uji Secara Parsial (Uji t)**

Pengujian secara parsial dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen untuk melihat arti dari masing-masing koefisien regresi berganda digunakan uji t.

Adapun data hasil pengujian yang diperoleh dari SPSS 16.0 dapat dilihat berdasarkan tabel berikut.

**Tabel 4.22 (Uji t Parsial)  
Coefficient**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.127	1.958		-.065	.949
	faktorpengguna	.218	.119	.195	1.834	.072
	faktorpelayanan	.110	.112	.121	.985	.329
	faktorpromosi	.009	.106	.010	.087	.931
	faktornilaiharga	.644	.108	.639	5.974	.000

a. Dependent Variable: pengguna e-money

Sumber : Output SPSS 16.0, Data Diolah 2020

Berdasarkan keputusan diatas :

Jika nilai sig > 0,05, atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel X1,X2,X3,X4 terhadap variabel Y.

Jika nilai sig > 0,05, atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X1,X2,X3,X4 terhadap variabel Y.

Bunyi Hipotesisnya :

Ho: Tidak adanya faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin.

Ha : Adanya pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin.

Dari tabel diatas dapat kita buat tabel agar lebih memudahkan untuk melihat hasil dari uji t

No	Variabel	$t_{hitung}$		$t_{tabel}$
1	Faktor Pengguna	1,834	>	0,2542
2	Faktor Pelayanan	0,985	>	0,2542
3	Faktor Promosi	0,087	>	0,2542
4	Faktor Nilai Harga	5,974	>	0,2542



Dari tabel coefficient diatas diperoleh  $t_{hitung}$  untuk masing-masing variabel bebas yaitu faktor pengguna (1,834), faktor pelayanan (0,985), faktor promosi (0,087), faktor nilai harga (5,974). Sedangkan  $t_{tabel}$  dapat dilihat dengan derajat bebas atau *degree of freedom* (df) = n-k dimana n adalah jumlah sample dan k adalah jumlah variabel bebas, maka  $58-4= 54$  dengan taraf kepercayaan  $\alpha= 0,05$  dan dari tabel diatas dapat diperoleh hasil bahwa :

- 1) Faktor Pengguna  $1,834 > 0,2542$  maka  $H_a$  diterima sedangkan  $H_0$  ditolak artinya bahwa variabel faktor pengguna memiliki pengaruh dan signifikan secara farsial terhadap variabel minat pengguna e-money. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikan sebesar 0,072
- 2) Faktor pelayanan  $0,985 > 0,2542$  maka  $H_a$  diterima sedangkan  $H_0$  ditolak artinya bahwa variabel faktor pelayanan memiliki pengaruh dan signifikan secara farsial terhadap variabel minat pengguna e-money. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikan sebesar 0,329
- 3) Faktor Promosi  $0,087 > 0,2542$  maka  $H_a$  diterima sedangkan  $H_0$  ditolak artinya bahwa variabel faktor promosi memiliki pengaruh dan signifikan secara farsial terhadap variabel minat pengguna e-money. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikan sebesar 0,931
- 4) Faktor Nilai Harga  $5,974 > 0,2542$  maka  $H_a$  diterima sedangkan  $H_0$  ditolak artinya bahwa variabel faktor Nilai Harga memiliki pengaruh dan signifikan secara farsial terhadap variabel minat pengguna e-money. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikan sebesar 0,000

#### **b. Uji Secara Simultan (Uji f)**

Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan atau pengaruh antara variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen digunakan uji F. Hipotesis yang menyatakan ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dapat diketahui dengan menggunakan uji f. Hasil uji secara simultan dapat dilihat dari tabel bawah ini.

**Tabel 4.23****Uji F****ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2957.651	4	739.413	53.678	.000 <sup>a</sup>
	Residual	730.073	53	13.775		
	Total	3687.724	57			

a. Predictors: (Constant), faktornilaiharga, faktorpengguna, faktorpromosi, faktorpelayanan

b. Dependent Variable: pengguna e-money

*Sumber : Output SPSS 16.0, Data Diolah 2020*

Dari tabel diatas dapat diketahui  $F_{hitung}$  sebesar 53,678 pada tingkat signifikan 0,000. Maka  $F_{itung}$  53,678 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel Faktor Pengguna (X1), Faktor Pelayanan (X2), Faktor Promosi (X3) dan Faktor Nilai Harga (X4) berpengaruh signifikan terhadap Pengguna E-Money Pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin (Y)

## 5. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi ini sering kali digunakan dalam mengatasi permasalahan analisis regresi yang mengakibatkan hubungan-hubungan dari empat variabel bebas. Dibawah ini merupakan hasil dari uji regresi linear berganda

**Tabel 4.24****Koefisien Regresi Linear Berganda****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.127	1.958		-.065	.949		
	faktor pengguna	.218	.119	.195	1.834	.072	.331	3.020
	faktor pelayanan	.110	.112	.121	.985	.329	.250	4.007
	faktor promosi	.009	.106	.010	.087	.931	.270	3.697
	faktor nilai harga	.644	.108	.639	5.974	.000	.326	3.068

a. Dependent Variable: pengguna e-money

*Sumber : Output SPSS 16.0, Data Diolah 2020*

Berdasarkan hasil dari uji regresi linear berganda diatas, maka dapat peneliti kembangkan menjadi sebuah model persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = \beta + \beta_1 \times 1 + \beta_2 \times 2 + \beta_3 \times 3 + \beta_4 \times 4$$

$$Y = 0,127 + 0,218X_1 + 0,110X_2 + 0,009 X_3 + 0,644 X_4$$

$$Y = 0,127 + 0,218 (\text{Faktor Pengguna}) + 0,110 (\text{Faktor Pelayanan}) + 0,009 (\text{Faktor Promosi}) + 0,644 (\text{Faktor Nilai Harga})$$

Berdasarkan dari keterangan diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut

- 1) Konstanta sebesar 0,127 artinya jika variabel faktor pengguna (X1), Faktor Pelayanan (X2), Faktor Promosi (X3), Faktor Nilai Harga (X4) Dianggap nol, maka minat pengguna e-money sebesar 0,127
- 2) Faktor Pengguna (X1) Mempunyai koefisien regresi sebesar 0,218 artinya bahwa setiap kenaikan variabel faktor pengguna sebesar 1% maka akan terjadi peningkatan minat pengguna e-money sebesar 2,18 %
- 3) Faktor Pelayanan (X2) Mempunyai koefisien regresi sebesar 0,110 artinya bahwa setiap kenaikan variabel faktor pelayanan sebesar 1% maka akan terjadi peningkatan minat pengguna e-money sebesar 1,10%
- 4) Faktor Promosi (X3) Mempunyai koefisien regresi sebesar 0,009, artinya bahwa setiap kenaikan variabel faktor promosi sebesar 1% maka akan terjadi peningkatan minat pengguna e-money sebesar 9%
- 5) Faktor Nilai Harga (X4) Mempunyai koefisien regresi sebesar 0,644 artinya bahwa setiap kenaikan variabel faktor nilai harga sebesar 1% maka akan terjadi peningkatan minat pengguna e-money sebesar 6,44%.

## 6. Uji Koefisien Determinasi

Hasil dari koefisien determinasi  $R^2$  mengukur uji yang sangat penting dalam regresi, karena dapat memberikan informasi baik atau tidaknya model dalam regresi, karena dapat memberikan informasi baik atau tidak nya model regresi yang terestimasi. Angka koefisien  $R^2$  dapat memberikan gambaran seberapa besar variasi dari variabel terikat (Y) Yang dapat diterangkan dengan variabel bebas (X). apabila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ( $R^2=0$ ), maka variasi dari Y Secara keseluruhan tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sebaliknya jika  $R^2= 1$  maka variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X.

**Tabel 4.25**  
**Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.896 <sup>a</sup>	.802	.787	3.71146

a. Predictors: (Constant), faktor nilai harga, faktor pengguna, faktor promosi, faktor pelayanan

*Sumber : Output SPSS 16.0, Data Diolah 2020*

Berdasarkan hasil data tabel diatas diketahui bahwa nilai R square sebesar 0,787, hal ini berarti pengaruh variabel X1,X2,X3 dan X4 Kepada variabel Y sebesar 787% dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara variabel X1,X2,X3 dan X4 terhadap variabel Y.

## **E. Pembahasan**

Dalam melakukan penelitian, peneliti secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang diajukan kepada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin selanjutnya peneliti mengolah data hasil dari angket yang telah disebarkan oleh peneliti sebarakan dengan menggunakan SPSS 16.0

Pembahasan mengenai pengaruh dari masing-masing variabel akan dijelaskan sebagai berikut :

### **1. Faktor Pengguna (X1) Terhadap Pengguna E-Money (Y)**

Dari uji pengujian yang dilakukan pada uji hipotesis telah membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel faktor pengguna terhadap pengguna e-money. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung 1.834 dengan taraf signifikan 0,72. Taraf signifikan tersebut terbukti lebih besar dari pada 0,05. Dimana hal ini mengindikasikan bahwa hasil dari kesimpulan tersebut hipotesis ditolak artinya variabel faktor pengguna tidak berpengaruh signifikan terhadap pengguna e-money di Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin.

Hasil ini ditunjukkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh oleh Sulisty Seti Utami pada tahun 2010 dengan judul penelitian “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna E-Money( Studi kasus pada mahasiswa STIE

Ahmad Dahlan Jakarta)”Hasil Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menentukan sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya kegunaan e-money tidak mempengaruhi mahasiswa menggunakan e-money karena kegunaannya sama saja dengan uang cash/uang tunai.

## **2. Faktor Pelayanan (X2) Terhadap Pengguna E-Money (Y)**

Dari uji pengujian yang dilakukan pada uji hipotesis telah membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel faktor pelayanan terhadap pengguna e-money. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai  $t$  hitung 0,985 dengan taraf signifikan 0,329. Taraf signifikan tersebut terbukti lebih besar dari pada 0,05. Dimana hal ini mengindikasikan bahwa dari hasil kesimpulan tersebut hipotesis ditolak artinya variabel faktor pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin.

Penelitian yang dilakukan oleh Ula Rahmatika pada tahun 2019 dengan judul, “ Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Elektronik Money : Integrasi Model TAM-TPB Dengan Perceived Risk, penelitian ini adalah penelitian kuantitatif hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap, persepsi manfaat, persepsi kemudahan pengguna, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi minat pengguna e-money, sementara persepsi resiko kerja, resiko sosial resiko waktu, resiko keuangan, dan resiko keamanan tidak menunjukkan adanya pengaruh atau tidak signifikan terhadap minat pengguna e-money .

## **3. Faktor Promosi (X3) Terhadap Pengguna E-Money (Y)**

Dari uji pengujian yang dilakukan pada uji hipotesis telah membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel faktor promosi terhadap pengguna e-money. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai  $t$  hitung 0,087 dengan taraf signifikan 0,931. Taraf signifikan tersebut terbukti lebih besar dari pada 0,05. Dimana hal ini mengindikasikan bahwa dari hasil kesimpulan tersebut hipotesis ditolak artinya variabel faktor promosi tidak

berpengaruh signifikan terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin.

Penelitian yang dilakukan oleh Ula Rahmatika pada tahun 2019 dengan judul, “ Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Elektronik Money : Integrasi Model TAM-TPB Dengan Perceived Risk, penelitian ini adalah penelitian kuantitatif hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap, persepsi manfaat, persepsi kemudahan pengguna, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi minat pengguna e-money, sementara persepsi resiko kerja, resiko sosial resiko waktu, resiko keuangan, dan resiko keamanan tidak menunjukkan adanya pengaruh atau tidak signifikan terhadap minat pengguna e-money

#### **4. Faktor Nilai Harga (X4) Terhadap Pengguna E-Money (Y)**

Dari uji pengujian yang dilakukan pada uji hipotesis telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel faktor nilai harga terhadap pengguna e-money. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung 5,974 dengan taraf signifikan 0,00 Taraf signifikan tersebut terbukti lebih kecil dari pada 0,05. Dimana hal ini mengindikasikan bahwa dari hasil kesimpulan tersebut hipotesis diterima artinya variabel faktor nilai harga berpengaruh signifikan terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin.

Penelitian yang dilakukan Arsita Ika Adiyanti dengan judul, “Pengaruh Pendapatan Manfaat, Kemudahan Pengguna, Daya Tarik Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money, Penelitian ini bersifat Kuantitatif Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan, manfaat, kemudahan, pengguna, daya tarik promosi dan kepercayaan berpengaruh positif dan Signifikan terhadap minat menggunakan E-Money.

**5. Faktor Pengguna (X1), Faktor Pelayanan (X2), Faktor Promosi (X3), Faktor Nilai Harga (X4) Terhadap Pengguna E-Money (Y)**

Hasil hipotesis yang menyatakan bahwa faktor pengguna, pelayanan, promosi, dan nilai harga secara bersama sama mempengaruhi terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin adalah ditunjukkan pada nilai F hitung sebesar 52,255 serta p value (Sig) keduanya sebesar 0.000.

Berdasarkan hasil paparan penelitian, data dapat dilihat pada tabel 4.23 yang dapat disimpulkan serta dijelaskan bahwa dari kedua variabel independen dan dependent yaitu faktor pengguna, pelayanan, promosi, dan nilai harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent yaitu pengguna e-money. Dapat disimpulkan bahwa faktor Pengguna (X1), Faktor pelayanan (X2), Faktor promosi (X3) faktor nilai harga (X4) Berpengaruh signifikan terhadap pengguna e-money (Y).

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan Penelitian dan pembahasan yang dilakukan sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan cara statistik membuktikan bahwa faktor pengguna (X1) tidak ada berpengaruh signifikan terhadap pengguna e-money Pada Bank Sumut Syariah KCP HM. Yamin . Artinya bahwa tidak ada pengaruh antara variabel Faktor Pengguna terhadap Pengguna E-Money Pada Bank Sumut Syariah KCP HM. Yamin
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan cara statistik membuktikan bahwa faktor pelayanan(X2) tidak ada berpengaruh signifikan terhadap pengguna e-money Pada Bank Sumut Syariah KCP HM. Yamin . Artinya bahwa tidak ada pengaruh antara variabel Faktor Pelayanan terhadap Pengguna E-Money Pada Bank Sumut Syariah KCP HM. Yamin
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan cara statistik membuktikan bahwa faktor promosi(X3) tidak ada berpengaruh signifikan terhadap pengguna e-money Pada Bank Sumut Syariah KCP HM. Yamin . Artinya bahwa tidak ada pengaruh antara variabel Faktor promosi terhadap Pengguna E-Money Pada Bank Sumut Syariah KCP HM. Yamin
4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan cara statistik membuktikan bahwa faktor nilai harga(X4) berpengaruh signifikan terhadap pengguna e-money Pada Bank Sumut Syariah KCP HM. Yamin. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel faktor nilai harga terhadap pengguna e-money Pada Bank Sumut Syariah KCP HM. Yamin
5. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan cara statistik membuktikan bahwa faktor pengguna, pelayanan, promosi dan faktor nilai harga terhadap pengguna e-money (Y) berpengaruh signifikan Pada Bank Sumut Syariah KCP HM. Yamin



## **B. Saran**

Dan berdasarkan dari beberapa kesimpulan di atas penulis memberikan saran yang mungkin bermanfaat bagi semua pihak, termasuk pihak Bank SUMUT Syariah KCP HM. Yamin, Adapun saran sarannya adalah sebagai berikut :

1. Pimpinan Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin harus lebih meningkatkan penggunaan,pelayanan dan promosi pada produk e-money agar nasabah dapat mengetahui segala jenis produk yang ada di Bank SUMUT Syariah HM. Yamin
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat meneruskan dan mengembangkan penelitian ini pada masa yang akan datang, melalui penelitian yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap pengguna e-money pada Bank SUMUT Syariah KCP HM. Yamin.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran Dan Terjemahannya, Jakarta: Pt.Surya Prima Sinergi,2006.
- A. Muri Yusuf, Metode Penelitian Kuantitatif, Dan Penelitian Gabungan, Jakarta: Kencana, 2017.
- Fahmi Natigor Nasution. 2004. "*Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Keprilakuan (Behavioral Aspect)*".USU Digital Library.
- Frederecca Dan Chairy,*Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone Blackberry*, 2010.
- Gunawan, Dkk, *Paper Presentasi Produk Electronic Banking*. Jakarta, Elektronik Banking Group Bank Syariah Mandiri, no 12 vol 5 2017.
- Ika Arsita Adiyanti, *Pengaruh Pendapatan, Manfaat Kemudahan Pengguna Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money*, Jurusan Ilmu Ekonomi Feb,Universitas Brawijaya Malang.
- Muhammad Radiansyah, "*Analisis Persepsi Masyarakat Muslim Terhadap Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Di Kota Medan*", Jurnal At Tawassuth, Vol. 1, No. 1, Medan: Universitas Sumatera Utara, 2016.
- Pramonosidi Wijanarko, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah*," Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2016.
- Setia Budhi Wilardjo, *Pengertian, Peranan Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia*, Vol, No 1.
- Adi Warma A.Karim, "*Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*", Jakarta: PT.Raja Grafindo,2010.
- Drummond, Helga, *Metode Penelitian Bisnis Edisi Kelima*, Jakarta: Jilid 1. Erlangga 2007.
- Husaini Usma, *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Mangkunegara, Anwar Prabu, *Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Bandung:Remaja Rosda Karya 2005
- Hamid Darm Adi, *Metode Penelitian Pendidikan Dan Sosial*, Bandung : Alfabeta, 2014.

- Muhammad, *Konstruksi Mudharabah Dalam Bisnis Syariah*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2005.
- Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi Revisi 2*, Depok: PT Rajagrafindo 2014
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Cet. 23, Bandung: CV Alfabeta, 2016.
- Dharfan Aprianto Dkk, *Jurnal Perkembangan Uang Elektronik Dan Kartu Kredit Di Indonesia periode 2007-2012*, From url:  
<https://chibeachan.wordpress.com/2013/07/dikunjungi> Pada Tanggal 18 Maret 2020.
- Efi Anggraini, 2009, "Manfaat Dari E-Money" <https://www.google.com>. (Diakses 15 Maret 2020).
- Hestanto, "Pengertian E-Money, Jenis Dan Manfaat E-Money" Didapat Dari <https://www.google.com> (Internet Diakses Tanggal 15 Maret 2020)  
<https://www.bm.co.id/blog/kelebihan-dan-kekurangan-e-money/> Diakses Pada Tanggal 18 Maret 2020 Pukul 18:45.
- <https://www.maxmanroe.com/pengertian-promosi.html> (Diakses 16 Maret 2020).
- <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-heteroskedastisitas.html> Diakses Pada Tanggal 02 Februari Jam 03:49.
- <https://www.syariahmandiri.co.id> Diakses Pada Tanggal 16/04/2020, 13:00 Am.
- Irham Ramdani, E-money, <http://irhamramdhani.blogspot.co.id/2014/10/e-money.html>, 15 desember 2015.
- Rahman Hakim, *Uang Elektronik (Elektronik Money) Di Indonesia*, From URL <http://blog.pascagunadarma.ac.id/2013/05/16/uang-elektronik-elektronik-money-di-indonesia> Dikunjungi Pada Tanggal 18 Maret 2020 Pukul 18:22.

# LAMPIRAN



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id  
Bankir - Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Hal : Permohonan Persetujuan Judul  
Kepada : Yth Dekan FAI UMSU  
Di  
Tempat

17 Sya'ban 1441 H  
12 Maret 2020 M

Dengan Hormat  
Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Sri Chanipan  
Npm : 1601270054  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Kredit Kumalatif : 3,32  
Megajukan Judul sebagai berikut :



No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pengguna E-Money Pada Bank Syariah Mandiri KCP Medan Petisah. <i>ef.</i>	<i>Acc</i> <i>19/03/20</i> <i>Prof. Dr. Siti Mujiatun, M.A.</i> <i>12-3-20</i>	<i>Dr. Siti Mujiatun, M.A.</i>	<i>Acc</i> <i>13/3/20</i>
2	Pengaruh Intensif, Tunjangan dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Medan Petisah	/	/	/
3	Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Medan Petisah <i>Buku</i>	/	/	/

*Catatan*  
*Sudah menandatangani*  
*12/03/20*

Demikian Permohonan ini Saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam  
Hormat Saya  
*Sri Chanipan*  
Sri Chanipan

Keterangan :

Dibuat rangkap 3 setelah di ACC : 1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU  
2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di



Unggul Ilmu & Cerdas  
Bila menjawab surat ini agar disebutkan  
Nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
Website : www.unisu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id  
Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



Hal : Permohonan Pergantian Judul  
Kepada : Yth Dekan FAI UMSU  
Di Tempat.

09 DzulKaidah 1441 H  
30 Juni 2020 M

Dengan Hormat  
Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Sri Chanipan  
NPM : 1601270054  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Kredit Kumalatif : 3,32  
Mengajukan Pergantian Judul Setelah Seminar Proposal sebagai berikut :



**Judul Awal**

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pengguna E-Money Pada Bank Syariah Mandiri KCP Medan Petisah.

- Alasan Pergantian Judul : 1. Pihak Bank tidak menerima riset selama masa pandemi Covid 19 belum selesai.  
2. Keadaan yang tidak memungkinkan untuk riset di tempat yang lama.
- Dosen Yang Merekomendasikan Agar judul di ganti : Riyan Pradesyah, S.E.Sy, M.E.I
- Pernyataan Dosen Pembimbing Proposal : Setuju dengan saran yang diberikan penguji, sesuai dengan surat edaran universitas.

**Ketetapan Judul Yang Di Usulkan**

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pengguna E-Money Pada Bank Sumut Syariah KCP HM. Yamin.

Demikian permohonan ini saya ajukan semoga dapat disetujui dan di maklumi, terima kasih.

Wassalam

Hormat Saya

Sri Chanipan

Permohonan :  Di Setujui      2. Tidak di Setujui

Alasan : Karena

Dekan FAI UMSU

( Dr. Muhammad Qorib, M.A )

*Saran Dekan FAI UMSU  
jika perlu bisa ket. mikro sari si wya  
30 Jun 2020*

Ketua Program Studi

( Selamat Pohan, S.Ag, M.A )



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Sri Chanipan  
NPM : 1601270054  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jenjang : S1 (Srata Satu)  
Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, M.A  
Dosen Pembimbing : Dr. Siti Mujiatun, S.E, MM  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pengguna E-Money Pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
20/20 7	Perbaiki Sesuai Arahan - Pengolahan datanya - hipotesis - Penjurian	JH	
27/20 7	Perbaiki Sesuai Arahan - utangi pengolahan datanya	JH	
28/20 7	- Kesimpulan & Saran - Buat Abstraknya - Telifi Kembali	JH	
29/20 7	Acc. Pro sed Pajud	JH	

Medan, 19 juli 2020

Diketahui/Disetujui  
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, M.A

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

Selamat Pohan, S.Ag, MA

Pembimbing Skripsi

Dr. Siti Mujiatun, S.E, MM



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Dila merjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003  
Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) Email : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Nomor : /25/II.3/UMSU-01/F/2020  
Lamp : -  
Hal : Izin Riset

01 Ramadhan 1441 H  
22 April 2020 M

Kepada Yth : **Pimpinan PT. Bank Sumut Syariah KCP HM. Yamin**  
Di

Tempat.

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : Sri Chanipan  
NPM : 1601270054  
Semester : VIII  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pengguna E-money Pada Bank Sumut Syariah KCP HM. Yamin

Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*


Dekan,



**Dr. Muhammad Ghozali, MA**

CC. File



 **BankSUMUT** *Unit Usaha Syariah*  
Memberikan Pelayanan Terbaik

**KANTOR CABANG SYARIAH:**

Nomor : 105 /KCSy01-Ops/L/2020  
Lampiran :-

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
Di -  
Tempat

**Hal : Izin Riset**


Asalamu'alaikum Wr. Wb  
Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Agama Islam nomor : 125/II.3/UMSU-01/F/2020 tanggal 22 April 2020 dan Surat dari KCPSy H. M. Yamin No. 154/KCSy01-KCPSy010/L/2020 tanggal 01 Juli 2020 Perihal Pengantar Permohonan Riset, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

1. Permohonan Izin Riset mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, yang akan dilaksanakan di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Pembantu Syariah H. M. Yamin. Adapun data Mahasiswa tersebut adalah :  
Nama : Sri Chanipan  
NIM : 1601270054  
Judul Skripsi : Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pengguna E-Money Pada Bank Sumut Syariah KCP HM Yamin.
2. **Disetujui** untuk melaksanakan Riset di PT. Bank SUMUT Syariah Kantor Cabang Pembantu H. M. Yamin, selama melaksanakan Riset Mahasiswa tersebut dibimbing oleh Pemimpin Kantor Cabang Syariah H. M. Yamin dan menjaga rahasia Bank.
3. Selesai melaksanakan Riset Mahasiswa yang bersangkutan diwajibkan menyerahkan 1 (satu) eksemplar laporan kepada PT. Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah H. M. Yamin.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb  
PT. Bank SUMUT  
Kantor Cabang Syariah Medan  
Pemimpin Cabang

  
**RAHMAD HIDAYAT**  
NPP.1232.150678.110804

**KANTOR PUSAT**  
Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan  
Phone : (061) 4155100 - 4515100  
Facsimile : (061) 4142937 - 4512652  
Medan, 22 Juli 2020

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****Data Pribadi**

Nama : SRI CHANIPAN  
Tempat Tanggal Lahir : Medan, 08 Maret 1998  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Warga Negara : Indonesia  
Alamat : Jalan Rakyat, gg langkat No. 100D . Medan


**Nama Orang Tua**

Ayah : Wanuddin  
Ibu : Zubaidah  
Alamat : Komp. Kpum No. 484. Marelan

**Pendidikan Formal**

1. SD Swasta Alwasliyah Seumadam Tamat Tahun 2009
2. SMP Swasta Islam Kuala Simpang Tamat Tahun 2013
3. SMA Negeri 2 Kejuruan Muda Kab. Aceh Tamiang Tamat Tahun 2016
4. Tercatat Sebagai Mahasiswi Fakultas Agama Islam Program Studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Tamat Tahun 2020.

Medan, 29 Juli 2020

  
Sri Chanipan



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
 Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id  
 Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



**BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL**  
**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

Pada hari ini Senin 22 Juni 2020 M telah di selenggarakan Seminar Proposal Program Studi Perbankan Syariah menerangkan bahwa :

Nama : Sri Chanipan  
 Npm : 1601270054  
 Fakultas : Agama Islam  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Judul Proposal : Faktor faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap pengguna E-Money pada Bank Syariah Mandiri KCP Medan Petisah

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	
Bab I	Rumusan dan tujuan penelitian harus disinkronkan, hilangkan tulisan faktor
Bab II	Perbaiki kerangka pemikiran, beri identitas pada masing-masing variabel.
Bab III	Jabarkan cara pengambilan sampel, dan beberapa jumlah populasinya Masukan indikator penelitian yang ada pada setiap variabel. Defenisi variabel itu dari buku, bukan hasil penelitian
Lainnya	Perbaiki daftar pustaka, dan perbaiki catatan kaki.
Kesimpulan	<input checked="" type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus


Medan, 22 Juni 2020

Tim Seminar

Ketua Program Studi

  
 ( Selamat Pohar, S.Ag, M.A )

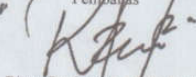
Pembimbing

  
 ( ....Dr. Siti Mujibah, SE,MM )

Sekretaris Program Studi

  
 ( Riyan Pradesyah, S.P.Sy, M.E.I )

Pembatas

  
 ( Riyan Pradesyah, S.P.Sy, M.E.I )



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalankapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
 Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id  
 Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**PENGESAHAN PROPOSAL**

Berdasarkan hasil Seminar Proposal Program Studi Perbankan Syariah yang di selenggarakan pada hari Senin, 22 Juni 2020, menerangkan bahwa :

Nama : Sri Chanipan  
 Npm : 1601270054  
 Fakultas : Agama Islam  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Judul Proposal : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pengguna E-Money pada Bank Syariah Mandiri KCP Medan Petisah.

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi.

Medan, 22 Juni 2020

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Selamat Pohan, S. Ag, MA.)

Sekretaris Program Studi

(Riyan Pradesyah, SE Sy, M.E.I.)

Pembimbing

(..Dr. Siti Mujiatun, SE, MM ..)

Pembahas

(Riyan Pradesyah, SE Sy, M.E.I.)

Diketahui/ Disetujui  
 A.nDekan  
 WakilDekan I

Zailani, S.PdI, M.A



Ula menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
 Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)  
 Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama Mahasiswa : Sri Chanipan  
 NPM : 1601270054  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Jenjang : S1 (Strata Satu)  
 Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, M.A  
 Dosen Pembimbing : Dr. Siti Mujiatun, S.E, MM  
 Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pengguna E-Money Pada Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
14 April 2020	Perbaiki sesuai arahan - latar belakang masalah - Rumusan masalah - Tujuan masalah		
10 Juni 2020	Perbaiki sesuai arahan - Rumusan masalah dan Tujuan masalah - kerangka berfikir.		
18 Juni 2020	Perbaiki sesuai arahan - Rumusan masalah - Tujuan masalah - hipotesis		
18 Juni 2020	ACC proses lanjut.		

Medan, 22 Juni 2020

Diketahui/Disetujui  
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, M.A

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

Selamat Pohan, S.Ag, M.A

Pembimbing Proposal

Dr. Siti Mujiatun, S.E, MM

