

## EVIDENCE OF THE DETERMINING FACTORS OF INTERNET BANKING USE IN MARTAPURA

**Hasanah**

Perbankan Syariah, Institusi Agama Islam Darussalam  
*sanahnh11@gmail.com*

**Mukhlis Kaspul Anwar**

Perbankan Syariah, Institusi Agama Islam Darussalam  
*muklisanwar0412@gmail.com*

**Nur Habibah**

Ekonomi Syariah, Institusi Agama Islam Darussalam  
*nurhabibahme@gmail.com*

### **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari persepsi terhadap teknologi, religiusitas, dan penanganan keluhan terhadap minat mahasiswa IAID Martapura dalam menggunakan layanan internet banking. Penelitian ini merupakan survei eksplanatif dan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi yang diteliti adalah mahasiswa/i IAI Darussalam Martapura dari tahun 2019 hingga 2022, yang berjumlah sebanyak 2.069 orang dengan menggunakan teknik random sampling. Data yang dianalisis merupakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi berganda, yang sebelumnya telah lolos uji asumsi klasik serta uji validitas dan reliabilitas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan, persepsi terhadap teknologi, religiusitas, dan penanganan keluhan memiliki pengaruh terhadap minat dalam menggunakan layanan internet banking. Penelitian ini menyoroti pentingnya pelayanan pelanggan yang responsif dalam layanan internet banking. Faktor-faktor seperti teknologi dan aspek non-teknis, seperti nilai-nilai keagamaan, ternyata memiliki dampak pada penggunaan layanan keuangan digital. Implikasinya, institusi keuangan perlu mengembangkan strategi pemasaran yang mempertimbangkan nilai-nilai keagamaan untuk menjangkau pasar mereka.

**Kata Kunci:** *Handling Complaint; Internet Banking; Minat; Persepsi; Religiusitas*

### **Abstract**

*The primary objective of this research is to investigate the effects of technology perception, religiosity, and complaint handling on the inclination of LAID Martapura students towards utilizing internet banking services. This study adopts an explanatory survey design and employs a quantitative descriptive research methodology. The targeted population encompasses 2,069 students affiliated with IAI Darussalam Martapura spanning the years 2019 to 2022, selected via a random sampling technique. The data analyzed comprises primary data acquired through the distribution of questionnaires to respondents. The analysis involves multiple regression analysis, pre-validated through classical assumption tests and reliability*

*assessments. The research findings demonstrate that both individually and collectively, technology perception, religiosity, and complaint handling significantly influence the propensity to use internet banking services. This study emphasizes the critical role of responsive customer service within internet banking. Both technological and non-technical aspects, including religious values, notably affect the adoption of digital financial services. Consequently, financial institutions must devise marketing strategies that consider these religious values to effectively target their market.*

**Keywords:** *Complaint Handling; Interest; Internet Banking; Perception; Religiosity*

## 1 Pendahuluan

Peran teknologi informasi menjadi suatu yang sangat penting dalam kehidupan sekarang, seperti dalam penyelesaian kebutuhan dan juga mempermudah pekerjaan yang dilakukan. Banyak perusahaan pemerintah yang ingin mengubah dirinya menjadi pembangkit daya (*power haouse*) bisnis global melalui berbagai investasi besar dalam layanan *e-business, ecommerce*, dan usaha teknologi lainnya secara global. Sistem teknologi yang makin berkembang itulah membuat para manajer bisnis serta praktisi bisnis mendapatkan tantangan besar untuk mendukung bisnis modern di perusahaannya. Perkembangan teknologi mampu memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi online dan juga dapat menciptakan jenis-jenis dan peluang bisnis yang baru (Kurniawati, Winarno, and Arif 2017).

Teknologi informasi memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan berbagai macam transaksi keuangan. Salah satu yang mengikuti perkembangan teknologi informasi adalah perbankan. Perkembangan teknologi dilakukan perbankan untuk terwujudnya organisasi yang baik serta untuk meningkatkan prestasi kerja. Tidak hanya perbankan konvensional, Perbankan Syariah juga giat melakukan perkembangan dibidang teknologi informasi untuk mengubah strategi bisnisnya. Selain menggandeng kantor pos untuk memperluas jangkauan, bank syariah juga bekerjasama dengan Merchant Trading yang sudah memiliki 60 cabang di Malaysia. Dengan tersedianya berbagai fitur dalam layanan internet *banking* banyak membidik target untuk menggunakan layanan tersebut sehingga jumlah nasabah akan meningkat tinggi (Kurniawati, Winarno, and Arif 2017).

Salah satu cara perbankan syariah dengan memanfaatkan aplikasi internet *banking* untuk memudahkannya dalam penawaran jasa perbankan pada situs-situs atau aplikasi yang dibuat oleh bank yang bersangkutan hingga adanya tawaran untuk melakukan transaksi secara online melalui jaringan internet. Berbagai layanan pada internet *banking* seperti mengakses rekening bagi nasabah (cek saldo tabungan, deposito, giro, cek mutasi transaksi), melakukan transaksi bisnis atau transfer antar rekening, dan mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi atau publik. Mahasiswa dapat mengakses internet *banking* melalui alat-alat elektronik seperti komputer, laptop, handphone atau smartphone, dan juga mesin ATM. Melalui sarana tersebutlah setiap orang bisa melakukan pengecekan rekening, transfer dana, membeli voucher, serta membayar tagihan listrik, Telepon, dan air (Nasution 2015).

Beberapa jenis layanan internet *banking* yang disediakan kebanyakan bank antara lain: ATM (*Automatic Teller Machine*), internet *banking*, mobile *banking*, sms *banking*, dan call *banking*. Produk internet *banking* yang disediakan oleh bank syariah untuk layanan tambahan bagi nasabah yang sudah memiliki rekening di bank. Dengan adanya internet *banking* nasabah dapat menggunakan layanan perbankan ini 24 jam sehari tanpa harus datang ke kantor cabang maupun ke ATM untuk transaksi personal, dan juga layanan internet *banking*

ini bisa diakses dimana saja. Bentuk layanan internet *banking* bank syariah merupakan pengembangan dari dua jenis inovasi bank syariah sebelumnya yaitu *sms banking* dan internet *banking*.

Layanan internet *banking* ini tentunya memberikan manfaat bagi para penggunanya, tetapi juga pasti layanan ini memiliki kelemahan seperti permasalahan ketakutan penipuan, biaya yang besar, dan juga permasalahan lainnya. Berbagai permasalahan yang ada dapat menimbulkan sikap ketidakpercayaan nasabah terhadap layanan internet *banking*. Nasabah yang masih awam akan mengurungkan niatnya untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Mereka beranggapan bahwa dengan menggunakan layanan tersebut akan membutuhkan biaya yang besar, rumit dan juga rentan terhadap penipuan. Oleh karenanya masih banyak nasabah yang lebih memilih untuk antri di bank daripada memanfaatkan layanan *mobile banking*. Hal ini tentu karena masih kurangnya kepercayaan nasabah pada sistem ataupun jaminan keamanan dan kersahasiaan yang disediakan oleh perbankan pada layanan internet *banking* tersebut (Brian D.S. 2013).

Namun ada juga nasabah yang memiliki kepercayaan terhadap perbankan yang menyediakan layanan internet *banking*. Mereka tidak akan khawatir dalam menggunakan layanan tersebut, sehingga nasabah tersebut berfikir akan lebih sedikit risiko yang akan timbul dari penggunaannya terhadap layanan *mobile banking* tersebut. Faktor risiko sudah tentu menjadi pertimbangan bagi pengguna layanan internet *banking*. Religiusitas dapat didefinisikan sebagai akibat yang kurang menyenangkan (merugikan, membahayakan) dari suatu perbuatan atau tindakan. Religiusitas terkecil yang mungkin terjadi adalah gangguan pada jaringan internet dan religiusitas terbesarnya adalah kejahatan sosial. Untuk memperkecil religiusitas kecurangan dan juga tindak kejahatan lainnya, pihak bank harus memastikan bahwa setiap transaksi selalu melakukan akses PIN (*Personal Identification Number*) agar terhindar dari kejahatan sosial. Bank juga perlu memastikan tersedianya prosedur untuk melindungi system keamanan internet *banking*.

Variabel religiusitas serta fitur layanan ditambahkan untuk melihat perilaku nasabah bank untuk menggunakan layanan *mobile banking* ini. Pihak bank memberikan layanan berupa *Handling complaint* (penanganan keluhan nasabah) bagi nasabah yang ingin berkonsultasi atas religiusitas yang dialaminya ketika menggunakan layanan *mobile banking* ini. Ketika suatu bank dapat mengatasi keluhan nasabah dengan baik sesuai dengan apa yang diinginkan nasabah maka nasabah akan puas dan merasa bahwa nasabah tersebut penting dan dihargai oleh pihak bank dan akhirnya bank akan mendapatkan kelayaitasan dari nasabah tersebut (Wahyudi 2015).

Di kalangan mahasiswa internet *banking* sangatlah bermanfaat terutama pada kehidupan di era globalisasi seperti saat ini, dimana nasabah dituntut untuk melakukan aktifitasnya dengan cepat dan efisien. Internet *banking* dapat memudahkan nasabah dalam melakukan pembayaran, seperti pembayaran UKT dan juga pembayaran lainnya, ataupun melakukan jenis transaksi lainnya sehingga tidak harus mengantri berlama-lama di bank. Akan tetapi penggunaan internet *banking* kurang dimanfaatkan secara luas oleh nasabah, faktor kurangnya pengertian akan internet *banking* inilah yang menyebabkan hal tersebut. Kurangnya pengertian nasabah akan internet *banking* tentu saja membuat nasabah tidak terlalu percaya untuk menggunakan jasa layanan produk ini.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami hubungan antara persepsi teknologi, religiusitas, dan penanganan keluhan terhadap minat individu dalam menggunakan layanan internet banking syariah di Indonesia. Dengan fokus pada faktor-faktor psikologis dan

teknologi yang mempengaruhi preferensi pengguna, penelitian ini dapat memberikan kontribusi penting dalam memperluas pemahaman tentang preferensi pengguna dalam konteks perbankan syariah. Hasilnya diharapkan dapat membantu institusi keuangan dalam merancang strategi pemasaran, layanan pelanggan, dan pengembangan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi masyarakat yang ingin menggunakan layanan perbankan syariah melalui internet.

## 2 Metode Penelitian

Jenis penelitian menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Subjek penelitian adalah mahasiswa/i Institut Agama Islam Darussalam Martapura dari tahun 2019-2022, serta jumlah sampel sebanyak 95 responden, pengambilan menggunakan metode *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2017). Variabel penelitian yaitu persepsi teknologi ( $X_1$ ), religiusitas ( $X_2$ ), *handling complaint* ( $X_3$ ) dan minat beli (Y) dengan skala ukur kuesioner menggunakan skala likert dengan rentang 1 sampai 5. Teknis analisis data yaitu uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), dan analisis regresi linier ganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi. Berikut ini operasionalisasi variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 1 Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Variabel	Definisi	Indikator
Persepsi Teknologi	<i>Perceived usefulness</i> didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja	1) Efisien waktu; 2) Kemampuan melakukan transaksi; 3) Kemudahan operasional internet <i>banking</i> ; 4) Penggunaan yang fleksibel.
Religiusitas	Religiusitas sebagai keberagamaan yang berarti meliputi berbagai macam sisi atau dimensi yang bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural	1) Keyakinan atau ideologis; 2) Praktik ibadah; 3) Pengalaman eksperensial; 4) Pengetahuan agama; 5) Konsekuensi atau pengamalan
<i>Handling Complain</i>	Teknik penanganan atau mengelola keluhan nasabah dengan cepat, tepat dan memuaskan. Agar pelanggan merasa puas, sikap kita dalam melayani nasabah harus diatur sedemikian rupa	1) Keluhan mekanis; 2) Keluhan sikap; 3) Keluhan terkait layanan; 4) Keluhan yang tidak biasa

Minat Mahasiswa	Dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu dan juga seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang	1) Ketertarikan; 2) Keyakinan kuat; 3) Kemauan untuk mencapai tujuan; 4) Rasa tanggung jawab.
-----------------	---	--

### 3 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bagian ini akan disajikan hasil dan pembahasan penelitian. Pertama, hasil penelitian disajikan kemudian didiskusikan dan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya.

#### 3.1. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini akan menyajikan hasil perhitungan menggunakan software statistik berupa uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan koefisien determinasi. Selain itu juga menyajikan demografi responden penelitian.

##### 3.1.1. Demografi Responden

Demografi responden merujuk pada karakteristik statistik yang digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis kelompok atau sampel orang yang menjadi subjek dari suatu penelitian atau survei. Pada penelitian ini mencakup informasi tentang usia, jenis kelamin, program studi dan jenis tabungan responden.

**Tabel 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia**

Umur	Jumlah	Persentase
19 tahun	1	1.1
20 tahun	4	4.2
21 tahun	27	28.4
22 tahun	48	50.5
23 tahun	11	11.6
24 tahun	1	1.1
26 tahun	3	3.2
Total	95	100

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa sebagian besar karakteristik responden dalam penelitian ini memiliki umur 22 tahun sebanyak 50,5%, sedangkan yang paling sedikit memiliki umur 19 tahun dan 24 tahun sebanyak 1%. Dapat disimpulkan mayoritas umur responden adalah umur 22 tahun.

**Tabel 3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	30	31.6
Perempuan	65	68.4
Total	95	100

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa sebagian besar karakteristik responden dalam penelitian ini memiliki berjenis kelamin perempuan sebanyak 68,4%, sedangkan yang paling sedikit berjenis kelamin laki-laki sebanyak 31,6%. Dapat disimpulkan mayoritas berjenis kelamin Perempuan.

**Tabel 4 Jumlah Responden Berdasarkan Program Studi**

Program Studi	Jumlah	Persentase
AS	16	16.8
ES	22	23.2
PAI	39	41.1
PGMI	6	6.3
PIAUD	10	10.5
PS	2	2.1
Total	95	100

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa sebagian besar karakteristik responden dalam penelitian ini Program Studi PAI sebanyak 41,1%, sedangkan yang paling sedikit memiliki Program Studi PS sebanyak 2,1%. Dapat disimpulkan mayoritas responden dengan Program Studi PAI.

**Tabel 5 Jumlah Responden Berdasarkan Buku Tabungan**

Program Studi	Jumlah	Persentase
Tidak	4	4.2
Ya	91	95.8
Total	95	100

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa sebagian besar karakteristik responden memiliki buku tabungan sebanyak 95,8%, sedangkan yang paling sedikit tidak memiliki buku tabungan sebanyak 4,2%. Dapat disimpulkan mayoritas responden memiliki buku Tabungan.

### 3.1.2. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dimaksud untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Tingkat validitas dengan membandingkan  $r_{xy}$  dengan  $r_{tabel}$  dihitung dengan *degree of freedom* (df)  $N = 30, N (0,05)$  yaitu 0,361. Hasil tes validitas dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 23.00

**Tabel 6 Tabel Validitas Instrumen**

Variabel	Uji validitas		Kategori
	Hasil r hitung	Hasil r tabel	
<b>Persepsi Teknologi (X<sub>1</sub>)</b>			
X <sub>1.1</sub>	0,738	0,361	Valid
X <sub>1.2</sub>	0,827	0,361	Valid
X <sub>1.3</sub>	0,680	0,361	Valid
X <sub>1.4</sub>	0,300	0,361	Tidak valid
X <sub>1.5</sub>	0,710	0,361	Valid

Variabel	Uji validitas		Kategori
	Hasil rhitung	Hasil rtabel	
<b>Religiusitas (X<sub>2</sub>)</b>			
X <sub>2.1</sub>	0,660	0,361	Valid
X <sub>2.2</sub>	0,610	0,361	Valid
X <sub>2.3</sub>	0,695	0,361	Valid
X <sub>2.4</sub>	0,513	0,361	Valid
X <sub>2.5</sub>	-0,329	0,361	Tidak valid
<b>Handling Compalint (X<sub>3</sub>)</b>			
X <sub>3.1</sub>	0,014	0,361	Tidak valid
X <sub>3.2</sub>	0,822	0,361	Valid
X <sub>3.3</sub>	0,891	0,361	Valid
X <sub>3.4</sub>	0,658	0,361	Valid
X <sub>3.5</sub>	0,891	0,361	Valid
X <sub>3.6</sub>	0,853	0,361	Valid
X <sub>3.7</sub>	0,891	0,361	Valid
<b>Minat Mahasiswa (Y)</b>			
Y <sub>1</sub>	0,792	0,361	Valid
Y <sub>2</sub>	0,865	0,361	Valid
Y <sub>3</sub>	0,865	0,361	Valid
Y <sub>4</sub>	0,790	0,361	Valid
Y <sub>5</sub>	0,763	0,361	Valid
Y <sub>6</sub>	0,235	0,361	Tidak valid

Sumber: hasil *output* SPSS versi 23

Apabila  $r_{xy} > r_{tabel}$  maka item tersebut valid dan sebaliknya apabila Apabila  $r_{xy} < r_{tabel}$  maka item kuesioner dinyatakan tidak valid. Berdasarkan hasil perhitungan pada table 6 ditemukan empat item yang tidak valid, dimana hasil  $r_{hitung} < r_{tabel}$ . Item tersebut adalah item pada pernyataan X<sub>1.4</sub>, X<sub>2.5</sub>, X<sub>3.1</sub>, dan Y<sub>6</sub>. Dengan demikian, empat item tersebut akan dibuang dan tidak digunakan dalam analisis data.

### 3.1.3. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan konsistensi dalam mengukur gejala yang sama. Pertanyaan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas, maka akan ditentukan reliabilitasnya dengan melihat dan menilai nilai dari *cronbach's alpha*.

**Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Uji reliabilitas		Keterangan
	<i>Cronbach's alpha</i>	Koefisien <i>cronbach's alpha</i>	
Persepsi Teknologi (X <sub>1</sub> )	0,753	0,6	Reliabel
Religiusitas (X <sub>2</sub> )	0,695	0,6	Reliabel
Handling Compalint (X <sub>3</sub> )	0,779	0,6	Reliabel
Minat Mahasiswa (Y)	0,767	0,6	Reliabel

Sumber: hasil *output* SPSS versi 23

Apabila koefisien *cronbach's alpha* lebih dari 0,60 maka instrument yang digunakan dikatakan reliabel. Pengujian reliabilitas pada masing-masing variabel diperoleh nilai *Cronbach's alpha* lebih dari kriteria suatu instrument dikatakan reliabel jika nilai alfa lebih besar dari 0,6 yang mana menjelaskan bahwa semua variabel menunjukkan kuatnya reliabilitas. Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 7, keseluruhan variabel yang digunakan reliabel karena *Cronbach's alpha* > 0.6.

### 3.1.4. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi suatu data mengikuti atau mendekati distribusi normal serta menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal, untuk menguji normal data ini menggunakan metode analisis tabel, grafik histogram dan normal probability plot sebagai berikut:

**Tabel 8 Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Kolmogorov -Smirnov <sup>a</sup>		
	Statistic	Df	Sig.
Persepsi Teknologi (X <sub>1</sub> )	.095	95	.200*
Religiusitas (X <sub>2</sub> )	.090	95	.200*
Handling Compalint (X <sub>3</sub> )	.079	95	.200*
Minat Mahasiswa (Y)	.105	95	.200*

Sumber: hasil *output* SPSS versi 23

Berdasarkan tabel 8, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji ini untuk melihat variabel independen yang satu dengan yang lain dalam model regresi linier berganda tidak saling berhubungan secara sempurna. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai umum yang dipakai adalah nilai *Tolerance* > 0,10 atau nilai VIF <4 maka tidak terjadi multikolinearitas

**Tabel 9 Uji Multikolinearitas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Persepsi Teknologi (X <sub>1</sub> )	.563	1.777
	Religiusitas (X <sub>2</sub> )	.557	1.795
	Handling Compalint (X <sub>3</sub> )	.979	1.022

a. Dependent Variable: Minat mahasiswa

Sumber: hasil *output* SPSS versi 23



Dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas ini, dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Tolerance* dan VIF. Berdasarkan tabel 9, "*Coefficients*" pada bagian "*Collinearity Statistics*" diketahui nilai *Tolerance* untuk variabel X<sub>1</sub> sebesar 0.563, X<sub>2</sub> Sebesar 0.557 dan X<sub>3</sub> sebesar 0.979 lebih besar dari 0,10. Sementara, nilai VIF untuk variabel X<sub>1</sub> sebesar 1.777 dan X<sub>2</sub> sebesar 1.795 dan X<sub>3</sub> Sebesar 1.022 < 10,00. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

**c. Heteroskedastisitas**

Untuk memaknai hasil uji heteroskedastisitas dengan uji glejser ini, maka kita cukup melihat tabel *output* *Coefficients* dengan variabel bebas berperan sebagai variabel dependent. Berdasarkan *output* di atas diketahui nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel (X<sub>1</sub>) adalah 0,081. Sementara, nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel (X<sub>2</sub>) adalah 0,018 dan Variabel X<sub>3</sub> 0.23. Karena nilai signifikansi kedua variabel di atas lebih kecil dari 0,05, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji glejser, dapat disimpulkan bahwa terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

**3.1.5. Analisis Regresi Berganda**

Analisis Regresi Linier Berganda dilakukan untuk menganalisis hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Tabel 10 menunjukkan hasil analisis regresi.

**Table 10 Multiple Linear Regression Analysis Result Test**

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.269	1.459		1.555	.123
	Persepsi Teknologi	.173	.098	.233	1.767	.041
	Religiusitas	.108	.083	.114	1.703	.018
	<i>Handling Compalint</i>	.132	.057	.231	2.310	.023

a. Dependent Variable: minat mahasiswa

Sumber: hasil *output* SPSS versi 23

Berdasarkan hasil uji SPSS diatas, maka persamaan regresi yang mencerminkan variabel-variabel dalam penelitian ini adalah

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + et$$

Dapat dihitung sebagai berikut

$$Y = 3.269 + (0,173) X_1 + (0,108) X_2 + (0.132) X_4 + et$$

Keterangan :

- X<sub>1</sub> : Persepsi Teknologi
- X<sub>2</sub> : Religiusitas
- X<sub>3</sub> : Handling Compalint
- Y : Minat mahasiswa
- a : Konstanta
- b<sub>1</sub>. b<sub>2</sub> : Koefisien regresi
- et : Error term (faktor pengganggu)

Berdasarkan tabel 10, diketahui Koefisien regresi variabel persepsi teknologi sebesar 0,173 dan memiliki nilai positif. Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara variabel persepsi teknologi (X1) dengan minat mahasiswa IAID Martapura dalam menggunakan internet banking (Y), artinya apabila terjadi kenaikan nilai pada variabel persepsi teknologi (X1) sebanyak satu satuan, maka minat beli (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,173 atau 17,3% dengan asumsi variabel X2 dan X3 dalam keadaan konstan atau tetap.

Koefisien regresi variabel religiusitas sebesar 0.108 dan memiliki nilai positif. Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara variabel religiusitas (X2) dengan minat mahasiswa IAID Martapura dalam menggunakan internet *banking* (Y), artinya apabila terjadi kenaikan nilai pada variabel religiusitas (X2) sebanyak satu satuan, maka minat beli (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.108 atau 10,8% dengan asumsi variabel X1 dan X3 dalam keadaan konstan atau tetap

Koefisien regresi variabel *handling complaint* sebesar 0.132 dan memiliki nilai positif. Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara variabel *handling complaint* (X3) dengan minat mahasiswa IAID Martapura dalam menggunakan internet *banking* (Y), artinya apabila terjadi kenaikan nilai pada variabel *handling complaint* (X2) sebanyak satu satuan, maka minat beli (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.132 atau 13,2% dengan asumsi variabel X2 dan X1 dalam keadaan konstan atau tetap.

### 3.1.6. Uji Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R Square* dari model regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat

**Tabel 11 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.335 <sup>a</sup>	.112	.083	1.65807

a. Predictors: (Constant), persepsi teknologi, religiusitas, handling complint

b. Dependent Variable: minat mahasiswa

Sumber: hasil *output* SPSS versi 23

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai *R squared* sebesar 0,112 hal ini berarti 11,2% variabel persepsi teknologi, religiusitas, handling complaint secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel minat mahasiswa. Sedangkan sisanya (100% - 11,2%= 88,8%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel yang diteliti.

### 3.1.7. Pengujian Hipotesis

#### Uji statistik *t*

Uji statistik *t* atau uji parsial digunakan untuk menguji sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji *t* ini digunakan untuk mengetahui pengaruh parsial variabel persepsi teknologi, religiusitas, dan handling complaint terhadap minat mahasiswa menggunakan internet banking. Berikut hasil perhitungan uji *t* dengan menggunakan aplikasi pengolahan data statistik SPSS versi 23.

**Table 12 Hasil Uji *t***

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	<i>t</i>	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.269	1.459		1.555	.123
	Persepsi Teknologi	.173	.098	.233	1.767	.041
	Religiusitas	.108	.083	.114	1.703	.018
	<i>Handling Compalint</i>	.132	.057	.231	2.310	.023

a. Dependent Variable: minat mahasiswa

Sumber: hasil *output* SPSS versi 23

Berdasarkan pengujian SPSS pada tabel 12, diketahui *t* tabel adalah 1,66. Pada persepsi teknologi didapat nilai *t* hitung sebesar (1.767) > *t* tabel (1,66), maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh teknologi terhadap minat mahasiswa IAID Martapura dalam menggunakan internet banking. Kemudian, pada Religiusitas didapat nilai *t* hitung sebesar (1.703) > *t* tabel (1,66), maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh Religiusitas terhadap minat mahasiswa IAID Martapura dalam menggunakan internet *banking*. Terakhir, pada *handling complaint* kerja didapat nilai *t* hitung sebesar (2.310) > *t* tabel (1,66), maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh *handling complaint* terhadap minat mahasiswa IAID Martapura dalam menggunakan internet *banking*.

### F-hitung

Uji F atau uji simultan pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui apakah persepsi teknologi, religiusitas dan *handling complaint* yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap minat menggunakan *internet banking*.

**Tabel 13 Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	31.661	3	10.554	3.839	.012 <sup>b</sup>
Residual	250.178	91	2.749		
Total	281.839	94			

a. Dependent Variable: Abs\_Res

b. Predictors: (Constant), *Handling Compalint*, Persepsi Teknologi, religiusitas

Sumber: hasil *output* SPSS versi 23

Berdasarkan tabel 13, diketahui nilai Sig. adalah sebesar .012<sup>b</sup>. Karena nilai Sig. 0.012 < 0,05, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain persepsi teknologi (X<sub>1</sub>) Religiusitas (X<sub>2</sub>) dan *Handling Compalint* (X<sub>3</sub>) secara simultan berpengaruh terhadap minat mahasiswa (Y).

## 3.2. Pembahasan

Pada bagian ini akan disajikan pembahasan terkait persepsi teknologi, religiusitas, handling complaint terhadap variabel minat mahasiswa menggunakan *internet banking*.

### 3.2.1. Pengaruh Persepsi Teknologi Terhadap Minat Mahasiswa IAID Martapura Dalam Menggunakan Internet Banking Syariah Indonesia

Pembahasan pertama membahas hasil analisis penelitian terhadap variabel persepsi teknologi. Richardus bahwa teknologi informasi merupakan suatu teknologi yang berhubungan dengan pengolahan data menjadi informasi dan penyaluran informasi tersebut dalam batas-batas ruang dan waktu. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi teknologi memainkan peran penting dalam minat mahasiswa menggunakan layanan internet banking. Ini menekankan pentingnya pengenalan teknologi yang baik dalam mempengaruhi penggunaan layanan keuangan digital. Institusi pendidikan dan lembaga terkait harus memberikan perhatian khusus pada peningkatan literasi digital dan pemahaman teknologi kepada mahasiswa agar mereka lebih terbuka dan nyaman menggunakan layanan internet banking. Selain itu, pentingnya perusahaan perbankan untuk terus meningkatkan kesadaran dan persepsi positif terhadap kemudahan, keamanan, dan manfaat penggunaan internet banking agar dapat meningkatkan minat dan adopsi pengguna.

Penelitian oleh (Intan Sri Asti, Suyanto 2021) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi teknologi informasi terhadap minat nasabah menggunakan internet banking karena ketika persepsi teknologi informasi baik maka minat nasabah untuk menggunakan internet banking juga naik, karena nasabah akan dengan mudah dan cepat mengakses internet banking dimana saja dan kapan saja tanpa ada batasan. Penelitian (Elyza Dewi Oktavianti 2023) bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel persepsi teknologi terhadap variabel minat nasabah menggunakan BSI Mobile hal ini dikarenakan dengan berkembangnya zaman adanya digitalisasi kegiatan sangat membantu kegiatan transaksi, selain memudahkan adanya mobile banking atau BSI Mobile dapat mengurangi mobilitas masyarakat sehingga tidak menghambat pekerjaan yang lain karena kegiatan transaksi ekonomi dapat tetap dilakukan dimanapun dan kapanpun.

### 3.2.2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa IAID Martapura Dalam Menggunakan Internet Banking Syariah Indonesia

Pembahasan kedua membahas hasil analisis penelitian terhadap variabel religiusitas. Glock bahwa religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan, dan penghayatan atas agama islam. Religiusitas tidak hanya diwujudkan dalam beribadah saja, namun juga melakukan aktivitas lain yang didorong dengan dasar agama. Bukan hanya aktivitas yang nampak dan dapat dilihat mata, namun juga aktivitas yang tidak Nampak dan terjadi dalam hati seseorang. Karena itu religiusitas seseorang akan meliputi berbagai macam sisi atau dimensi. Temuan bahwa religiusitas memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan internet banking menunjukkan bahwa faktor-faktor non-teknis, seperti nilai-nilai keagamaan, dapat memengaruhi perilaku penggunaan teknologi keuangan. Hal ini dapat dijadikan dasar bagi institusi keuangan untuk menyusun strategi pemasaran yang mempertimbangkan nilai-nilai keagamaan yang relevan dengan target pasar mereka.

Penelitian (Baharuddin 2021) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas terhadap minat menggunakan pembayaran digital/cashless di masa pandemi covid-19 pada masyarakat Kota Jayapura. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tingginya religiusitas responden yang ditandai dengan kedekatan kepada Allah SWT maka semakin adanya minat untuk menggunakan pembayaran digital/cashless sebagai bentuk iktiar menghindari wabah covid-19. Sedangkan penelitian (Femmy Novitasari 2021) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan Religiusitas terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19, hal ini disebabkan Masyarakat Indonesia terkhusus mahasiswa/i di D.I Yogyakarta pada umumnya masih kurang memperhatikan mengenai hal religiusitas pada penggunaan M-Banking. Hal tersebut bisa saja terjadi karena fitur – fitur yang religius yang ada pada M-Banking Syariah masih dapat diakses pada web dan aplikasi lain.

### **3.2.3. Pengaruh *Handling Complaint* Terhadap Minat Mahasiswa IAID Martapura Dalam Menggunakan Internet Banking Syariah Indonesia**

Pembahasan ketiga membahas hasil analisis penelitian terhadap variabel *handling complaint*. *Handling Complaint* atau disebut dengan penanganan keluhan adalah secara sederhana, keluhan bisa diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *handling complaint* juga memengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan internet banking menegaskan pentingnya pelayanan pelanggan yang efektif. Lembaga keuangan dan penyedia layanan perbankan digital harus memprioritaskan sistem penanganan keluhan yang cepat, efisien, dan ramah pengguna untuk memelihara kepercayaan dan minat pengguna dalam menggunakan layanan tersebut.

Penelitian (Putra 2021) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *Handling Complaint* terhadap Minat nasabah dalam menggunakan internet banking, Penanganan *Complaint* yang baik tentunya jika permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan tidak terjadi lagi di periode selanjutnya. Penelitian (Deria and Wiryawan 2022) menunjukkan bahwa *Handling Complaint* berpengaruh terhadap minat nasabah hal ini disebabkan adanya empati terhadap pelanggan yang marah, kecepatan dalam penanganan keluhan serta kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan..

## **4 Penutup**

Berdasarkan analisis data penelitian dan perhitungan yang dilakukan, uji T menunjukkan bahwa persepsi teknologi, religiusitas, dan penanganan keluhan memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap minat mahasiswa IAID Martapura dalam menggunakan internet banking. Persepsi teknologi memberikan pengaruh sebesar 17,3%, religiusitas sebesar 10,8%, dan penanganan keluhan sebesar 13,2%. Uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara simultan mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan internet banking dengan tingkat signifikansi yang relevan. Hasilnya menunjukkan bahwa 11,2% minat menggunakan internet banking dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut, sementara 88,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian. Nilai koefisien ganda menunjukkan bahwa setiap variabel independen memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel dependen dalam penelitian ini.

Institusi keuangan perlu mempertimbangkan strategi yang lebih holistik dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan layanan teknologi

keuangan seperti internet banking. Hal ini meliputi upaya untuk meningkatkan persepsi teknologi, memahami aspek religiusitas yang mungkin memengaruhi preferensi pengguna, dan meningkatkan sistem penanganan keluhan guna mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Hasil penelitian ini juga menawarkan landasan bagi penelitian lebih lanjut tentang bagaimana faktor-faktor seperti religiusitas atau faktor-faktor non-teknis lainnya mempengaruhi perilaku penggunaan teknologi keuangan. Ini dapat membuka jalan bagi pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika antara nilai-nilai non-teknis dan penerimaan teknologi dalam konteks layanan keuangan.

## Referensi

- Baharuddin, J. 2021. “Engaruh Religiusitas Dan Perilaku Terencana Terhadap Minat Menggunakan Cashless Pada Masyarakat Kota Jayapura Dimasa Covid-19.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7 (3): 1306–1312.
- Brian D.S. 2013. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking.” *Jurnal Nominal* 2 (1): 38.
- Deria, Irma Monika Desi, and Ryzki Wiryawan. 2022. “Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Handling Complaint Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Majalaya.” *Journal of Applied Islamic Economics and Finance* 2 (2): 238–51. <https://doi.org/10.35313/jaief.v2i2.3680>.
- Elyza Dewi Oktavianti. 2023. “Handling Complain Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Bsi Mobile ( Studi Kasus Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta ).”
- Femmy Novitasari. 2021. “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19. Skripsi Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7 (3): 1306–1312.
- Ghozali. 2016. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS.” Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Intan Sri Asti, Suyanto, Angga Kurniawan. 2021. “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi Dan Fiturbayaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI).” *Jurnal Akuntansi AKTIVA* 2 (2).
- Kurniawati, Hanif Astika, Wahyu Agus Winarno, and Alfi Arif. 2017. “Analisis Minat Pengguna Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi.” *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 1 (1): 24.
- Nasution, Mislal Hayati. 2015. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking.” *No.1* 1: 66.
- Putra, Rudiamyah. 2021. “Pengaruh Persepsi Teknologi, Risiko, Dan Handling Complaint Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking ( Studi Kasus Di PT . Bank SUMUT KCSy H . M . Yamin ),” 1–80.
- Sudijono. 2015. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja. Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2017. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Cetakan Ke-24.” In *Bandung: Alfabeta*, 85.
- Wahyudi, Riza Helmawan. 2015. “Pengaruh Persepsi Penanganan Keluhan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPRS Tanmiyah Artha Kediri.”