

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Penyajian Data

1. Gambaran Objek Penelitian (Profil Pasar Limbur Raya)

Pasar Limbur Raya diresmikan pada tahun 2009 dan masih beroperasi hingga saat ini. Pasar Limbur Raya diurus oleh Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Kotabaru. Perdagangan dan pasar di Kabupaten Kotabaru telah dibentuk berdasarkan sejumlah regulasi, termasuk Peraturan Daerah Pemerintah Kabupaten Kotabaru Nomor 14 Tahun 1998 mengenai Formasi Organisasi dan Tata Kerja Dinas Pasar Kabupaten Kotabaru. Kemudian, peraturan tersebut mengalami beberapa perubahan, termasuk Instruksi Bupati Kotabaru Nomor 8 Tahun 1998 yang telah diubah, serta Penetapan Organisasi dan Tata Kerja Kantor dan Kantor Kabupaten Kotabaru berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Kotabaru Nomor 02 Tahun 2001 tanggal 9 Januari 2001. Selain itu, terdapat beberapa perubahan tambahan melalui Peraturan Daerah Kabupaten Kotabaru Nomor 20 Tahun 2002 tanggal 12 November 2002, Peraturan Daerah Kabupaten Kotabaru Nomor 10 Tahun 2008, Peraturan Daerah Kabupaten Kotabaru Nomor 09 Tahun 2008 tanggal 10 Oktober 2008, dan Peraturan Daerah Kabupaten Kotabaru Nomor 12 Tahun 2011 tanggal 11 Agustus 2011. Dalam struktur organisasinya, Dinas Pasar Kabupaten Kotabaru dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang bertanggung jawab secara langsung kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah

B. Profil dan Karakteristik Responden

Objek penelitian ini adalah para pedagang yang beroperasi di Pasar Limbur Raya, Kabupaten Kotabaru, yang menggunakan layanan *mobile banking*. Sebanyak 73 pedagang telah diidentifikasi sebagai responden melalui penggunaan *metode random sampling*. Masing-masing responden diberikan kuesioner yang mengharuskan mereka memberikan tanggapan terhadap pernyataan-pernyataan yang disajikan, dengan pengukuran dilakukan menggunakan skala *likert*. Sebelum melakukan analisis, peneliti secara awal mengklarifikasi bahwa data responden yang digunakan mewakili populasi pedagang di Pasar Limbur Raya, Kabupaten Kotabaru, yang menggunakan layanan *mobile banking*.

1. Jenis Kelamin

Berikut adalah distribusi jenis kelamin dari responden yang merupakan pedagang di Pasar Limbur Raya, Kabupaten Kotabaru:

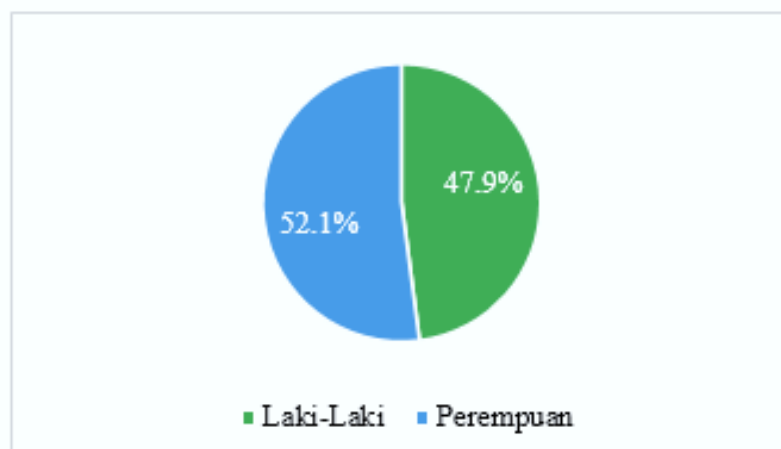
Tabel 4.2. jenis kelamin responden.

No.	Jenis Kelamin Responden	Jumlah	Persentase
1.	Laki-Laki	35	47.9%
2.	Perempuan	38	52.1%
Total		73	100.%

Sumber : .Data angket yang telah diolah,. 2023

Diagram juga digunakan untuk mengilustrasikan persentase jenis kelamin responden ini, yang dapat memudahkan dalam memahami profil karakteristik mereka.

Gambar. 4.1 Diagram Jenis Kelamin Responden



Sumber : Data angket yang telah diolah. 2023

Dari tabel dan diagram yang telah disajikan, terlihat bahwa jumlah responden perempuan lebih tinggi dibandingkan dengan jumlah responden laki-laki. Perbedaan ini mencapai 4,1%. Hasil survei menunjukkan bahwa jumlah perempuan sebanyak 38 orang, atau sekitar 52,1%, sementara jumlah laki-laki sebanyak 35 orang, atau sekitar 47,9%.

2. Usia responden

Data yang diminta tentang usia pedagang di Pasar Limbur Raya, Kabupaten Kotabaru adalah sebagai berikut:

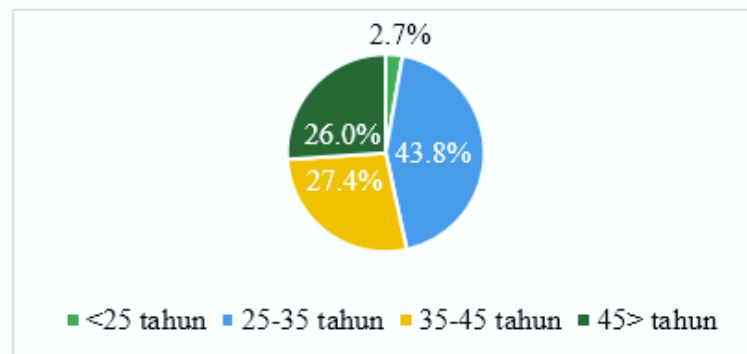
Tabel 4.3. Usia Responden.

No	Usia Responden	Jumlah	Persentase
1.	<25 tahun	2	2.7%
2.	25-35 tahun	32	43.8%
3.	35-45 tahun	20	27.4%
4.	45> tahun	19	26.0%
Total		73	100%

Sumber : Data angket yang telah diolah. 2023

Persentase usia responden dijelaskan dalam bentuk grafik untuk memudahkan menginterpretasikan karakteristik responden sesuai usia.

Gambar 4.2. Diagram Usia Responden



Sumber : Data angket yang telah diolah. 2023

Berdasarkan tabel dan grafik diagram terlihat pada usia terbanyak adalah 25-35 tahun yaitu 32 atau 43,8%, kedua adalah 35-45 tahun yaitu 20 atau 27,4%, lalu urutan ketiga berusia 45 tahun ke atas yaitu 19 atau 26,0%, sedangkan yang berusia di bawah 25 tahun berjumlah 2 atau 2,7%.

3. Jenis usaha responden

Data terkait jenis usaha pedagang di Pasar Limbur Raya Kabupaten Kotabaru adalah sebagai berikut:

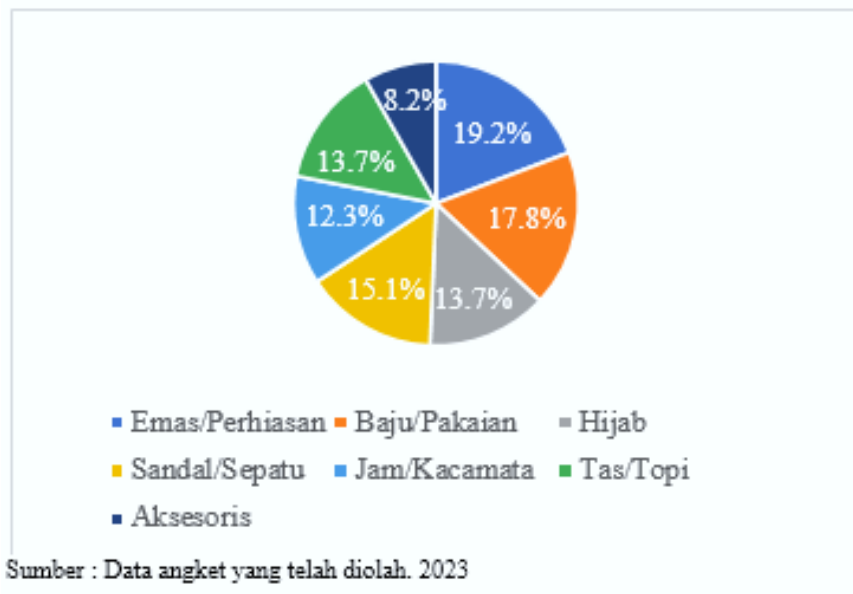
Tabel 4.4. Jenis Usaha Responden.

No.	Jenis Usaha.	Jumlah.	Persentase.
1.	Emas/Perhiasan	14	19.2%
2	Baju/Pakaian	13	17.8%
3	Hijab	10	13.7%
4	Sandal/Sepatu	11	15.1%
5	Jam/Kacamata	9	12.3%
6	Tas/Topi	10	13.7%
7	Aksesoris	6	8.2%
Total		73	100.%

Sumber : Data angket yang telah diolah. 2023

Informasi mengenai persentase jenis usaha diberikan dalam bentuk grafik, yang bertujuan untuk mempermudah dalam menginterpretasikan karakteristik responden berdasarkan jenis usaha mereka.

Gambar .4.3. Diagram, jenis usaha responden



Berdasarkan tabel dan diagram di atas terlihat jumlah responden pada usaha emas/perhiasan sebanyak 14 responden atau 19,2%, kemudian pada usaha baju/pakaian sebanyak 13 responden atau 17,8%, jenis usaha hijab 10 atau 13,7%, usaha sandal/sepatu 11 atau 15,1%, usaha jam tangan/kacamata 9 atau 12,3%, usaha tas/tas topi 10 atau 13,7% dan usaha aksesoris 6 atau 8,2%.

C. Deskripsi data variabel

Penjelasan tentang variabel penelitian yang dipergunakan untuk menggali pandangan serta tanggapan responden terkait variabel pengetahuan, persepsi akan manfaat, tingkat keamanan, dan keputusan. Dengan adanya empat variabel, disusunlah kedalam bentuk kuesioner yang meliputi 20 pertanyaan.

1. Variabel Pengetahuan

Adapun peyajian data mengenai frekuensi jawaban Angket Variabel Pengetahuan (X_1) sebagai berikut :

Tabel. 4.5. Frekuensi Jawaban Angket Variabel Pengetahuan (X₁)

Item	Skor Jawaban									
	(SS)		(S)		(RR)		(TS)		(STS)	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	28	38,4%	32	43,8%	13	17,8%	0	0,0%	0	0,0%
2	22	30,1%	34	46,6%	16	21,9%	1	1,4%	0	0,0%
3	17	23,3%	42	57,5%	13	17,8%	1	1,4%	0	0,0%
4	23	31,5%	35	47,9%	14	19,2%	1	1,4%	0	0,0%
5	20	27,4%	40	54,8%	13	17,8%	0	0,0%	0	0,0%

Sumber : Data angket yang telah diolah. 2023

Berdasarkan data dalam tabel di atas, kita dapat melihat bahwa untuk pertanyaan pertama, dari 73 responden, 28 responden atau 38,4% sangat setuju, 32 responden atau 43,8% setuju, 13 responden atau 17,8% merasa ragu-ragu, sementara tidak ada yang mengatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dalam hal item kedua, terdapat 22 responden atau 30,1% yang sangat setuju, 34 responden atau 46,6% yang setuju, 16 responden atau 21,9% yang merasa ragu-ragu, 1 orang atau 1,4% yang menyatakan sebaliknya, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Dalam hal item ketiga, 17 responden atau 23,3% sangat setuju, 42 responden atau 57,5% setuju, 13 responden atau 17,8% merasa ragu-ragu, 1 orang atau 1,4% tidak setuju, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Dalam item keempat, 23 responden atau 31,5% menyatakan sangat setuju, 35 responden atau 47,9% setuju, 14 responden atau 19,2% merasa ragu-ragu, 1 orang atau 1,4% tidak setuju, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Dalam konteks item kelima, terdapat 20 responden atau 27,4% yang sangat setuju, 40 responden atau 54,8% setuju, 13 responden atau 17,8% merasa ragu-ragu, sementara tidak ada yang menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju.

2. Persepsi Manfaat

Adapun peyajian data mengenai frekuensi jawaban Angket Variabel Persepsi Manfaat (X_2) sebagai berikut :

Tabel. 4.6. Frekuensi Jawaban Angket Variabel Persepsi Manfaat (X_2)

Item.	Skor Jawaban									
	(SS)		(S)		(RR)		(TS)		(STS)	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	17	23,3%	35	47,9%	19	26,0%	2	2,7%	0	0,0%
2	37	50,7%	31	42,5%	5	6,8%	0	0,0%	0	0,0%
3	16	21,9%	39	53,4%	18	24,7%	0	0,0%	0	0,0%
4	17	23,3%	42	57,5%	14	19,2%	0	0,0%	0	0,0%
5	30	41,1%	34	46,6%	8	11,0%	1	1,4%	0	0,0%

Sumber : Data angket yang telah diolah. 2023

Dari tabel yang tertera di atas, kita dapat melihat respons dari 73 responden terhadap 20 pertanyaan. Berkenaan dengan item pertama, 17 responden atau 23,3% menyatakan sangat setuju, 35 responden atau 47,9% menyatakan setuju, 19 responden atau 26,0% merasa ragu-ragu, 2 responden atau 2,7% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Dalam hal item kedua, terlihat bahwa 37 responden atau 50,7% menyatakan sangat setuju, 31 responden atau 42,5% menyatakan setuju, 5 responden atau 6,8% merasa ragu-ragu, sementara tidak ada yang menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dalam konteks item ketiga, 16 orang atau 21,9% menyatakan sangat setuju, 39 orang atau 53,4% menyatakan setuju, 18 orang atau 24,7% merasa ragu-ragu, sementara tidak ada yang menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dalam item keempat, terlihat bahwa 17 orang atau 23,3% menyatakan sangat setuju, 42 orang atau 57,5% menyatakan setuju, 14 orang atau 19,2% merasa ragu-ragu, sementara tidak ada yang menyatakan tidak setuju atau

sangat tidak setuju. Dalam hal item kelima, terdapat 30 orang atau 41,1% yang menyatakan sangat setuju, 34 orang atau 46,6% yang menyatakan setuju, 8 orang atau 11,0% yang merasa ragu-ragu, 1 orang atau 1,4% yang tidak setuju, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju

3. Keamanan

Adapun peyajian data mengenai frekuensi jawaban Angket Variabel Keamanan (X_3) sebagai berikut :

Tabel 4.7. Frekuensi Jawaban Angket Variabel Keamanan (X_3)

Item	<i>Skor Jawaban</i>									
	(SS)		(S)		(RR)		(TS)		(STS)	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	26	35,6%	38	52,1%	9	12,3%	0	0,0%	0	0,0%
2	10	13,7%	45	61,6%	17	23,3%	1	1,4%	0	0,0%
3	27	37,0%	31	42,5%	14	19,2%	1	1,4%	0	0,0%
4	7	9,6%	49	67,1%	16	21,9%	1	1,4%	0	0,0%
5	14	19,2%	36	49,3%	22	30,1%	1	1,4%	0	0,0%

Sumber: Data angket yang telah diolah 2023

Berdasarkan data yang tercantum dalam tabel di atas, kita dapat melihat hasil respons dari 73 responden terhadap 20 pertanyaan. Untuk item pertama, 26 responden atau 35,6% menyatakan sangat setuju, 38 responden atau 52,1% menyatakan setuju, 9 responden atau 12,3% merasa ragu-ragu, sementara tidak ada yang menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dalam hal item kedua, terdapat 10 responden atau 13,7% yang menyatakan sangat setuju, 45 responden atau 61,6% yang menyatakan setuju, 17 responden atau 23,3% merasa ragu-ragu, 1 responden atau 1,45% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Untuk item ketiga, 27 responden atau 37,0% menyatakan

sangat tidak setuju, 31 responden atau 42,5% menyatakan setuju, 14 responden atau 19,2% merasa ragu-ragu, 1 responden atau 1,4% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Dalam item keempat, terlihat bahwa 7 responden atau 9,6% menyatakan sangat setuju, 49 responden atau 67,1% menyatakan setuju, 16 responden atau 21,9% merasa ragu-ragu, 1 responden atau 1,4% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.”Untuk item kelima, terdapat 14 responden atau 19,2% yang menyatakan sangat setuju, 36 responden atau 49,3% yang menyatakan setuju, 22 responden atau 30,1% merasa ragu-ragu, 1 responden atau 1,4% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

4. Keputusan

Adapun peyajian data mengenai frekuensi jawaban Angket Variabel Keputusan Pedagang (Y) sebagai berikut :

Tabel. 4.8. Frekuensi Jawaban Angket Variabel Keputusan Pedagang (Y)

Item.	Skor Jawaban									
	(SS)		(S)		(RR)		(TS)		(STS)	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	26	35,6%	32	43,8%	15	20,5%	0	0,0%	0	0,0%
2	22	30,1%	39	53,4%	11	15,1%	1	1,4%	0	0,0%
3	23	31,5%	36	49,3%	14	19,2%	0	0,0%	0	0,0%
4	16	21,9%	41	56,2%	15	20,5%	1	1,4%	0	0,0%
5	10	13,7%	44	60,3%	18	24,7%	1	1,4%	0	0,0%

Sumber : Data angket yang telah diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat hasil respons dari 73 responden terhadap 20 pertanyaan. Pada item 1, 26 responden atau 35,6% menyatakan sangat setuju, 32 responden atau 43,8% menyatakan setuju, 15 responden atau 20,5%

merasa ragu-ragu, sementara tidak ada yang menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dalam hal item kedua, 22 responden atau 30,1% menyatakan sangat setuju, 39 responden atau 53,4% menyatakan setuju, 11 responden atau 15,1% merasa ragu-ragu, 1 responden atau 1,4% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Untuk item ketiga, terdapat 23 responden atau 31,5% yang menyatakan sangat setuju, 36 responden atau 49,3% yang menyatakan setuju, 14 responden atau 19,2% merasa ragu-ragu, sementara tidak ada yang menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dalam item keempat, terlihat bahwa 16 responden atau 21,9% menyatakan sangat setuju, 41 responden atau 56,2% menyatakan setuju, 15 responden atau 20,5% merasa ragu-ragu, 1 responden atau 1,4% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.”Untuk item kelima, terdapat 10 responden atau 13,7% yang menyatakan sangat setuju, 44 responden atau 60,3% yang menyatakan setuju, 18 responden atau 24,7% merasa ragu-ragu, 1 responden atau 1,4% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

D. Analisis Data

Penelitian ini berdasarkan informasi yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pedagang di Pasar Limbur Raya, Kabupaten Kotabaru. Data tersebut kemudian dianalisis dengan mempertimbangkan faktor-faktor independen seperti tingkat pengetahuan, persepsi manfaat, dan tingkat keamanan, yang berhubungan dengan keputusan untuk menggunakan layanan *mobile banking*

sebagai variabel dependen. Analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS.

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui valid atau tidak validnya suatu data yang telah dilakukan proses hasil perhitungan. Dengan angka $N = 73$ maka nilai *Corrected Item - Total Correlation* dibandingkan dengan tabel r , adalah sebesar 0,194. Kuesioner valid apabila *Corrected Item-Total Correlation* > tabel (Agus Eko Sujianto. 2009).

Tabel. 4.9. Hasil Uji Validitas

Variabel,	No Item.	<i>Corrected Item Total Corelation</i>	Keterangan.
Pengetahuan (X ₁)	X1.1.	,823	Valid,
	X1.2.	,766	Valid,
	X1.3.	,728	Valid,
	X1.4.	,790	Valid,
	X1.5.	,802	Valid,
Persepsi Manfaat (X ₂)	X2.1.	,803	Valid,
	X2.2.	,842	Valid,
	X2.3.	,742	Valid,,
	X2.4.	,753	Valid,
	X2.5.	,821	Valid,
Keamanan (X ₃)	X3.1.	,805	Valid,
	X3.2.	,719	Valid,
	X3.3.	,800	Valid,
	X3.4.	,754	Valid,
	X3.5.	,864	Valid,
Keputusan (Y)	X4.1.	,791	Valid,
	X4.2..	,753	Valid,
	X4.3.	,753	Valid,
	X4.4.	,773	Valid,
	X4.5.	,844	Valid,

Sumber : Data angket yang telah diolah 2023

Berdasarkan Tabel 4.9 yang tertera di atas, semua elemen item dapat dianggap sah atau valid, karena nilai Korelasi Total Koreksi (*Corrected Item-Total Correlation*) lebih besar dari 0,194. Dalam konteks penelitian ini, hal ini menunjukkan bahwa semua komponen dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas statistik, yang mengindikasikan bahwa pengukuran yang dilakukan adalah akurat dan komprehensif

2. Uji Reliabilitas

Pada pengujian ini, reliabilitas diukur dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*, yang berkisar dari 0 hingga 1. Sebuah variabel dianggap memiliki reliabilitas yang baik jika nilai *Cronbach's Alpha*-nya lebih dari 0,60 (Sujianto 2009:97). Hasil dari pengujian reliabilitas terdokumentasikan dalam tabel berikut ini

Tabel. 4.10. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach's</i>	Keterangan
Pengetahuan (X ₁)	,840	Reliabel
Persepsi Manfaat (X ₂)	,849	Reliabel
Keamanan (X ₃)	,847	Reliabel
Keputusan (Y)	,841	Reliabel

Sumber : Data angket yang telah diolah 2023

Dari Tabel 4.10, dapat disimpulkan bahwa semua faktor menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik. Ini terbukti dari nilai-nilai *Cronbach's Alpha* yang tinggi, yaitu 0,840 untuk variabel pengetahuan (X₁), 0,849 untuk variabel persepsi manfaat (X₂), 0,847 untuk variabel keamanan (X₃), dan 0,841 untuk variabel keputusan (Y). Seperti yang disebutkan sebelumnya, hasil ini mengindikasikan

bahwa semua faktor dianggap reliabel karena nilai-nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,60, yang menunjukkan tingkat reliabilitas yang memadai.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah data memiliki distribusi yang normal. Jika data terdistribusi normal, maka metode statistik parametrik akan digunakan. Sebaliknya, jika data tidak memiliki distribusi normal, maka metode statistik non-parametrik akan digunakan (Siregar, 2012, hlm. 153). Untuk menguji normalitas data dalam penelitian ini, digunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*.

Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			73
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		1,20475578
Most Extreme Differences	Absolute		,125
	Positive		,125
	Negative		-,070
Test Statistic			,125
Asymp. Sig. (2-tailed)			,006 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,187 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,177
		Upper Bound	,197

Sumber : Data angket yang telah diolah 2023

Berdasarkan Tabel. 4.11. hasil SPSS menggunakan metode *Kolmogorov - Smirnov*. Selain itu juga bisa melihat dari (*Monte Carlo Sig.2tailed*) $0,187 > 0,05$ (menggunakan taraf signifikansi 10%).

- a. signifikansi $< 0,05$ maka sebaran datanya adalah tidak normal
- b. signifikansi $> 0,05$ maka sebaran datanya adalah normal

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah suatu tes yang digunakan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan antara variabel bebas/independen dalam suatu model regresi (Ghozali, 2007, hlm. 91). Kemunculan persamaan antara variabel bebas/independen dapat menyebabkan hubungan yang sangat kuat di antara mereka. Uji multikolinearitas juga digunakan untuk menghindari situasi di mana kita harus mengambil keputusan terkait dengan dampak pengujian secara terpisah terhadap variabel bebas/independen terhadap variabel terikat/dependen. Ketika nilai *Variance Inflation Factor* (VIP) berada dalam kisaran 1 hingga 10, maka dapat disimpulkan bahwa multikolinearitas tidak terjadi (Sujarweni, 2014, hlm. 185).

Tabel. 4.12. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1							
	(Constant)	1,166	1,135		1,027	,308	
	PENGETAHUAN	,261	,114	,268	2,287	,025	4,877
	PERS MANFAAT	,437	,125	,436	3,505	,001	5,522
	KEAMANAN	,237	,139	,233	1,699	,094	6,678

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber : Data angket yang telah diolah 2023

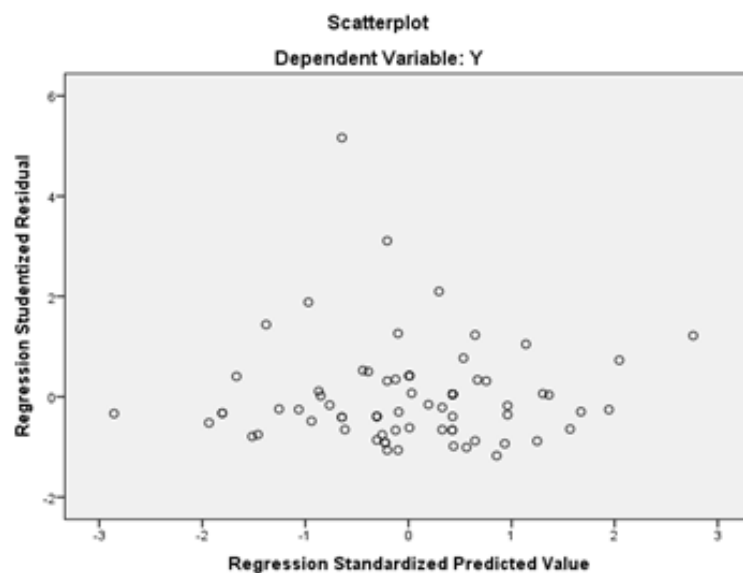
Dari hasil tabel *Coefficient* pada kolom VIF diatas diperoleh hasil sebesar 4,887 (variabel pengetahuan), 5,522 (variabel persepsi manfaat) dan 6,678 (variabel keamanan). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel tersebut tidak terjadi masalah multikolinearitas, karena nilai masing-masing variabel pada kolom VIF kurang dari 10 ($VIF < 10$). Sehingga dinyatakan lolos uji multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji perbedaan varian residu dari satu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya. Untuk menentukan ada tidaknya Heteroskedastisitas variabel dalam suatu model, seperti terlihat pada model *Scatterplot*, Heteroskedastisitas variabel tidak terjadi jika:

- 1) Titik-titik data tersebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka nol
- 2) Poin data tidak hanya mengumpul di atas atau di bawah.
- 3) Sebaran titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang yang mengembang kemudian menyusut dan kemudian meluas
- 4) Sebaran titik data tidak terstruktur (Sujarweni, 2014, hlm. 186).

Gambar. 4.4. Uji Heteroskedastisitas



Sumber :Data angket yang telah diolah 2023

Gambar tersebut menggambarkan titik-titik yang terbentuk secara acak dan terdistribusi dengan baik, baik di atas maupun di bawah. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam variabel tersebut. Untuk mengetahui terjadi tidaknya Heteroskedastisitas suatu variabel kecuali melalui *scatterplot* dapat diperkuat dengan hasil uji Glejser yang menunjukkan koefisien parameter seluruh variabel independen jika Glejser tidak menunjukkan perubahan *heteroskedastisitas* jika nilai signifikans $>0,05$ (Ghozali, 2007, hlm. 143).

Tabel 4.13 Hasil Uji Glejser

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,063	1,245		-,051	,960
	X1	1,221	,886	,371	1,378	,173
	X2	-,824	1,027	-,242	-,803	,425
	X3	-,194	1,102	-,057	-,176	,861

a. Dependent Variable: Y

Sumber :Data angket yang telah diolah 2023

Berdasarkan Tabel 4.13, hasil uji Glejser menunjukkan bahwa seluruh variabel mempunyai nilai signifikan lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala Heteroskedastisitas pada model regresi.

F. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi berganda adalah alat untuk memprediksi permintaan di masa depan, berdasarkan data masa lalu, untuk menentukan pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. (Siregar, 2014, hlm. 405). Adapun rumusnya ialah $Y = \alpha + b_1x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3$. Dengan menggunakan program *SPSS* diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,166	1,135		1,027	,308
	PENGETAHUAN	,261	,114	,268	2,287	,025
	PERS MANFAAT	,437	,125	,436	3,505	,001
	KEAMANAN	,237	,139	,233	1,699	,094

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber : Data angket yang telah diolah 2023

Dari hasil diatas jika dituliskan maka persamaan regresinya adalah :

$$Y = 1,166 + 0,261X_1 + 0,437X_2 + 0,237X_3 \text{ atau } Y = 1,166 + 0,261$$

(Pengetahuan) + 0,437 (Persepsi Manfaat) + 0,237 (Keamanan). Berdasarkan persamaan regresi linier dapat dijelaskan sebagai berikut.

- a. Konstanta sebesar 1,166 menunjukkan bahwa jika ketiga variabel independen tidak ada atau ketiganya konstan (nol), maka keputusan pedagang menggunakan *mobile banking* bernilai 1,166 satuan.
- b. Koefisien regresi X_1 (Pengetahuan) sebesar 0,261 artinya jika kualitas pengetahuan meningkat satu satuan maka keputusan pedagang dalam menggunakan *mobile banking* akan meningkat sebesar 0,261 satuan. Sebaliknya jika variabel pengetahuan dikurangi satu satuan maka keputusan pedagang dalam menggunakan *mobile banking* akan turun sebesar 0,261 satuan dengan asumsi X_1 tetap.

- c. Faktor Regresi X_2 (Persepsi Manfaat) 0,437 berarti jika kualitas persepsi manfaat meningkat sebesar satu satuan maka keputusan pedagang untuk menggunakan *mobile banking* akan meningkat 0,437 satuan. Sebaliknya jika variabel persepsi manfaat mengalami penurunan sebesar satu satuan maka keputusan pedagang dalam menggunakan *mobile banking* akan mengalami penurunan 0,437 satuan dengan asumsi X_2 tetap.
- d. Koefisien regresi X_3 (Keamanan) sebesar 0,237 artinya jika keamanan meningkat sebesar satu satuan maka keputusan pedagang dalam menggunakan *mobile banking* akan meningkat sebesar 0,237 satuan. Sebaliknya jika variabel keamanan mengalami penurunan sebesar satu satuan maka keputusan pedagang dalam menggunakan *mobile banking* akan mengalami penurunan sebesar 0,237 satuan dengan asumsi X_3 tetap.

G. Uji Hipotesis

- a. Uji Secara Parsial (Uji T)

Adapun uji secara parsial (uji T) sebagai berikut :

Tabel 4.15. Hasil Uji Secara Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,166	1,135		1,027	,308
	PENGETAHUAN	,261	,114	,268	2,287	,025
	PERS MANFAAT	,437	,125	,436	3,505	,001
	KEAMANAN	,237	,139	,233	1,699	,094

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber : Data Angket yang telah diolah, 2023

Dari tabel diatas, dibandingkan dengan T tabel dengan taraf signifikansi 10% yaitu 1,994, diperoleh hasil sebagai berikut:

1) Pengaruh pengetahuan (X_1), terhadap keputusan pedagang (Y).

Pada tabel diatas menunjukkan thitung pengetahuan sebesar $2,287 > t$ tabel 1,994 dan nilai Sig. variabel pengetahuan (X_1), sebesar $0,025 < 0,05$. Maka keputusannya bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel pengetahuan secara parsial, berpengaruh dengan signifikan terhadap keputusan pedagang menggunakan layanan *mobile banking*.

2) Pengaruh Persepsi Manfaat (X_2), terhadap keputusan pedagang(Y).

Pada tabel diatas menunjukkan thitung persepsi manfaat $3,505 > t$ tabel 1,994 dan nilai Sig. variabel persepsi manfaat (X_2) $0,001 < 0,05$. Maka keputusannya bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel persepsi manfaat secara parsial berpengaruh dengan signifikan terhadap keputusan pedagang menggunakan layanan *mobile banking*.

3) Pengaruh Keamanan (X_3), terhadap keputusan pedagang (Y).

Pada tabel diatas menunjukkan t hitung keamanan $1,699 < t$ tabel 1,994 dan nilai Sig. variabel keamanan(X_3) $0,094 > 0,05$. Keputusannya H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel keamanan secara parsial tidak berpengaruh dengan tidak signifikan terhadap keputusan pedagang menggunakan layanan *mobile banking*.

b. Uji Secara Simultan (Uji F)

Adapun uji secara bersama-sama (Uji F) sebagai berikut :

Tabel 4.16. Hasil Uji Secara Bersama-sama (Uji F)**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	435,058	3	145,019	95,751	,000 ^b
	Residual	104,503	69	1,515		
	Total	539,562	72			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

b. Predictors: (Constant), KEAMANAN, PENGETAHUAN, PERS MANFAAT

Sumber : Data angket yang telah diolah 2023

Dalam tabel di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 95,751 sementara F tabel adalah 2,74, dengan nilai Sig. sebesar 0,000. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa F hitung (95,751) lebih besar daripada F tabel (2,74), dan nilai Sig. (0,000) berada di bawah taraf signifikansi ($\alpha=0,05$). Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel bebas/independen (pengetahuan, persepsi manfaat, dan keamanan) secara bersama-sama secara signifikan memengaruhi variabel terikat/dependen (keputusan menggunakan layanan *mobile banking*) pada pedagang pasar Limbur Raya Kabupaten Kotabaru.

H. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui sejauh mana persentase variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara simultan (Duwi 2013:50). Uji (R^2) dinyatakan pada persentase dengan nilai berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Kriterianya adalah sebagai berikut :

- a. Apabila nilai Adjusted R^2 mendekati 0 membuktikan pengaruh semakin kecil.
- b. Apabila nilai Adjusted R^2 mendekati 1 membuktikan pengaruh semakin kuat.

**Tabel. 4.17. Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,898 ^a	,806	,798	1,231

a. Predictors: (Constant), KEAMANAN, PENGETAHUAN, PERS
MANFAAT

Sumber : Data angket yang telah diolah 2023

Dari tabel tersebut, dapat ditemukan bahwa koefisien determinasi (*R squared*) adalah sebesar 0,806, yang berarti variabel pengetahuan, persepsi manfaat, dan keamanan secara bersama-sama memengaruhi keputusan pedagang dalam menggunakan layanan *mobile banking* sebesar 80,6%. Sementara itu, sekitar 19,4% (100% - 80,6%) sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. Hasil analisis data.

1. Pengaruh Pengetahuan (Secara Parsial) Terhadap Keputusan Pedagang Pasar Limbur Raya Kabupaten Kotabaru Menggunakan *Mobile Banking*.

Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan, variabel pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan *mobile banking*. Uji validitas dan reliabilitas tentang korelasi keseluruhan antara item yang dikoreksi dan *Conbrach alpha*, semua item pengetahuan yang mungkin mengalami perubahan diperiksa valid dan reliabel. Hasil uji normalitas nilai *Asym. Sig.(2-tailed)* diikuti *Monte Carlo Sig.(2-tailed)* 0,187, nilainya diatas taraf signifikansi 0,05, variabel pengetahuan berdistribusi normal. Uji

multikolinearitas, nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* 4,877 nilai ini kurang dari 10, maka variabel pengetahuan tidak terpengaruh asumsi klasik. Pada uji heteroskedastisitas tidak ada pola tertentu, data variabel pengetahuan tidak terjadi heteroskedastisitas. Tingkat pengaruh kualitas pengetahuan (positif) yaitu sebesar 0,261, menunjukkan setiap kali ditambahkan satu pada variabel pengetahuan maka keputusan pedagang untuk menggunakan *mobile banking* akan meningkat 0,261.

Penelitian ini menunjukkan, variabel pengetahuan mempunyai pengaruh yang signifikan pada keputusan pedagang menggunakan *mobile banking*. Hal ini terlihat jelas, t hitung 2,287 sedangkan nilai t tabel 1,994 atau t hitung $>$ t tabel ($2,287 > 1,994$). Tingkat signifikansi 0,025 kurang dari 0,05, ($0,025 < 0,05$), maka H_0 ditolak yang berarti variabel pengetahuan berpengaruh signifikan pada keputusan pedagang dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini Karena semakin besar pengetahuan suatu teknologi yang diterima oleh seseorang maka akan semakin besar pula keputusan mereka untuk menggunakan *mobile banking*.

Pengetahuan merupakan persepsi manusia mengetahui sesuatu dari panca indranya. Setiap orang memiliki pengetahuan yang berbeda. Secara garis besar, mereka yang paham terhadap topik dapat menerapkan prinsip pada situasi yang lain (Notoadmodjo 2010:108). Dalam surat Al - qur'an Q.S. Shad ayat 29 sebagai berikut:

كُتِبَٰنُ أَنْزَلْنَاهُ إِلَيْكَ مُبَارَكًا لِّيَذَّبَرُوْا ۖ ءَايَاتِهِۦ وَلِيَتَذَكَّرَ ۗ أُولُو ٱلْأَلْبَابِ ۚ ٢٩

Artinya : “Ini adalah sebuah kitab yang Kami turunkan kepadamu penuh dengan berkah supaya mereka memperhatikan ayat-ayatnya dan supaya mendapat pelajaran orang-orang yang mempunyai fikiran”. (Q.S. Shad:38/29)

Berdasarkan pemahaman tersebut, perlu memahami secara baik dan benar sebelum melakukan/menggunakan suatu layanan seperti menggunakan *mobile banking*. Jika pelanggan tidak diberitahu tentang fitur layanan ini, mereka mungkin mengalami kesulitan dalam keputusan menggunakan *mobile banking*. Pelanggan sangatlah penting bagi suatu layanan, maka perlu sikap intens terhadap pelanggan. Sebagai pusat dan penghubung antara bank dengan nasabahnya, bagian layanan nasabah harus memiliki pengetahuan umum dan luas tentang produk dan layanan perbankan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadilatul Fitri yang berjudul (Pengaruh Pengatahuan Nasabah, Teknologi Informasi, Kepercayaan dan Kualitas *e-banking* terhadap minat transaksi *online*). Hal ini pengetahuan berpengaruh positif.

2. Pengaruh Persepsi Manfaat (Secara Parsial) terhadap Keputusan Pedagang Pasar Limbur Raya Kabupaten Kotabaru Menggunakan *Mobile Banking*.

Berdasarkan olah data yang dilakukan, terlihat variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan *mobile banking*.”Korelasi keseluruhan yang dikoreksi bahwa variabel persepsi manfaat valid dan reliabilitas. Uji normalitas menunjukkan *monte carlo sig.(2tailed)* $0,187 > \text{signifikans } 0,05$ dikatakan normal. Multikolinearitas menunjukkan *variance inflation factor(VIF)* $5,552 < 10$ dikatakan memiliki asumsi

klasik.”Heteroskedastisitas tidak membentuk pola tertentu, dikatakan tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Persepsi manfaat bernilai positif 0,437 menunjukkan meningkatnya keputusan pedagang 0,437.

Persepsi manfaat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Uji t dengan nilai t hitung 3,505 dan t tabel 1,994 atau $(3,505 > 1,994)$. Tingkat singnifikans $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti variabel persepsi manfaat dikatakan berpengaruh terhadap keputusan pedagang. Hal ini dikarenakan *mobile banking* yang mereka gunakan mudah dipelajari, membuat transaksi perbankan menjadi fleksibel dan pelayanan dapat dikontrol sehingga dapat melayani sebagaimana mestinya tanpa menimbulkan kesulitan bagi para pengguna *mobile banking*.

Persepsi manfaat merupakan keyakinan individu dalam menggunakan teknologi membuat kinerja jadi efisien(Jogiyanto 2008:114). Seseorang akan tertarik menggunakan suatu sistem jika nyaman dan tidak membebani penggunaanya (Purwati 2018:61). Teori Davis (persepsi manfaat) didefinisikan sebagai sejauh mana kepercayaan menggunakan teknologi dapat membantu kinerjanya. Firman Allah SWT dalam ayat 12-14 Surat Al-Mukminun dalam Al-

Quran :

وَلَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ مِنْ سُلَالَةٍ مِّنْ طِينٍ ۚ ۱۲ ثُمَّ جَعَلْنَاهُ نُطْفَةً فِي قَرَارٍ مَّكِينٍ ۚ ۱۳ ثُمَّ خَلَقْنَا النُّطْفَةَ
عَلَقَةً فَخَلَقْنَا الْعَلَقَةَ مُضْغَةً فَخَلَقْنَا الْمُضْغَةَ عِظْمًا فَكَسَوْنَا الْعِظْمَ لَحْمًا ثُمَّ أَنْشَأْنَاهُ خَلْقًا آخَرَ
فَتَبَارَكَ اللَّهُ أَحْسَنُ الْخَالِقِينَ ۚ ۱۴

Artinya : “Dan sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dari suatu saripati (berasal) dari tanah. Kemudian Kami jadikan saripati itu air

mani (yang disimpan) dalam tempat yang kokoh (rahim). Kemudian air mani itu Kami jadikan segumpal darah, lalu segumpal darah itu Kami jadikan segumpal daging, dan segumpal daging itu Kami jadikan tulang belulang, lalu tulang belulang itu Kami bungkus dengan daging. Kemudian Kami jadikan dia makhluk yang (berbentuk) lain. Maka Maha sucilah Allah, Pencipta Yang Paling Baik. (Q.S. Al-Mu'minun:23/12-14)

Dalam ayat ini dinyatakan bahwa penciptaan manusia mencakup penciptaan fungsi pendengaran dan penglihatannya. Pernyataan serupa juga dapat ditemukan dalam kalimat lain yang mengacu pada persepsi penginderaan fisik atau non-fisik (Shaleh dan Wahab, 2004, hlm. 126).

3. Pengaruh Keamanan (Secara Parsial) terhadap Keputusan Pedagang Pasar Limbur Raya Kabupaten Kotabaru Menggunakan Mobil Banking.

Berdasarkan olah data yang dilakukan, variabel keamanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pedagang. Variabel keamanan telah teruji valid dan reliabil. Uji normalitas menunjukkan *monte carlo sig. (2tailed)* 0,187>signifikans 0.05 dikatakan normal.

Korelasi keseluruhan yang dikoreksi bahwa variabel persepsi manfaat valid dan reliabilitas. Uji normalitas menunjukkan *monte carlo sig.(2tailed)*0,187>signifikans 0.05 dikatakan normal. Multikolinearitas menunjukkan *variance inflation factor(VIF)* 6,678<10 dikatakan tidak memiliki asumsi klasik."Heteroskedastisitas tidak membentuk pola tertentu, dikatakan tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Keamanan bernilai positif 0,237 menunjukkan meningkatnya keputusan pedagang 0,237.

Dalam penelitian ini keamanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan *mobile banking*. Pada hasil uji t, thitung 1,699 sedangkan nilai ttabel 1,994. Taraf signifikansi sebesar 0,094 yang lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima yang berarti variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pedagang menggunakan *mobile banking*. Hal ini dikarenakan *Mobile banking* rentan terhadap pencurian, kehilangan, dan kejahatan terkait dunia maya lainnya. Jika bank dapat menjamin keamanan yang tinggi, maka nasabah semakin tertarik untuk menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu, risiko- risiko tersebut harus dihilangkan.

Keamanan informasi merujuk pada cara kita dapat mencegah penipuan (*fraud*) atau paling tidak mendeteksi penipuan dalam suatu sistem berbasis informasi di mana informasi tersebut tidak memiliki bentuk fisik (Raharjo 2005). Keamanan perbankan *online* perlu diawasi dari berbagai serangan, penyalahgunaan, dan lainnya. Kesimpulannya keamanan *online banking* ialah perlindungan terhadap uang dan data terhadap resiko pencurian (Lalhmahamood, 2007, hlm. 17).

Islam adalah agama yang banyak berbicara tentang keamanan. Sebagai contoh kita bisa menceritakan kisah Nabi Zulkarnaen AS bersama Ya'juj dan Ma'juj. Saat itu Nabi Zulkarnaen AS diminta untuk membangun tembok yang tinggi dan tebal yang tidak dapat ditembus Yajuj dan Majuj untuk melindungi umatnya dari kejahatan mereka. Nabi Zulkarnaen AS kemudian membangun tembok yang terbuat dari tembaga dan besi panas. Tembok tersebut digunakan

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari menyimpulkan bahwa keamanan transaksi memberikan kepercayaan kepada nasabah bahwa privasi data pribadi mereka akan terlindungi saat mereka menggunakan layanan *mobile banking*. Keamanan data menjadi faktor penting dalam menarik nasabah, karena nasabah harus yakin bahwa bank menjaga privasi informasi mereka dengan baik saat menggunakan layanan *mobile banking* (Wulandari, 2018, hlm. 44). Oleh karena itu, penting untuk memiliki sistem keamanan yang sangat terjamin dan selalu diperbarui, mengingat kemajuan teknologi juga meningkatkan risiko keamanan yang terkait dengan kejahatan siber (Pambudi, 2014, hlm. 9).

Hasil olah data juga didukung dari penelitian Nisa, keamanan tidak berpengaruh signifikan. *Mobile banking* rentan terhadap pencurian, kehilangan, dan kejahatan terkait dunia maya lainnya. Oleh karena itu, risiko-risiko tersebut harus dihilangkan. Apabila bank dapat menjamin keamanan yang tinggi, maka nasabah semakin tertarik untuk menggunakan sistem teknologi bank tersebut (Purwati, 2018, hlm. 64).

4. Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Manfaat, Keamanan Secara Simultan Terhadap Keputusan Pedagang Pasar Limbur Raya Kabupaten Kotabaru Menggunakan *Mobile Banking*.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel, yang mengindikasikan bahwa variabel bebas/independen secara bersama-sama memiliki dampak positif dan signifikan pada keputusan penggunaan *mobile banking*. Ini berarti bahwa hipotesis H₁ dapat diterima. Dalam konteks ini, "keputusan" secara sederhana merujuk pada pilihan. Pilihan yang

dimaksud dalam konteks ini adalah keputusan antara dua atau lebih alternatif yang mungkin, atau dapat dijelaskan sebagai hasil dari pertimbangan yang dilakukan sebelum memilih tindakan yang akan diambil (Indriyo, 2000).

Pengambilan keputusan diartikan sebagai proses manusia yang berdasarkan dan terdiri dari fenomena individu dan sosial, berdasarkan premis-premis yang valid dan faktual, dalam menentukan pilihan di antara alternatif-alternatif dengan tujuan bergerak menuju situasi yang diinginkan. Definisi ini mengisyaratkan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu proses pemilihan alternatif terbaik diantara beberapa pilihan yang akan diikuti (digunakan) secara sistematis sebagai sarana pemecahan masalah (Steiner, 1988, hlm. 9).

Hasil olah data ini didukung dengan penelitian (Wanandi) dengan judul Persepsi Manfaat, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap penggunaan perbankan *online* oleh mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta (Cahyo, 2014, hlm. 117). Penelitian yang dilakukan Novitasari secara bersamaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap manfaat, kemudahan penggunaan dan risiko penggunaan layanan *mobile banking* oleh mahasiswa IAIN Surakarta (Novitasari, 2017, hlm. 71).