



**PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAATAN DAN RISIKO
TERHADAP MINAT KONSUMEN MENGGUNAKAN KARTU
BRIZZI PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), Tbk. DI
UNGARAN**

Skripsi:

Untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik program sarjana ekonomi

Oleh :

MEGANANDA HARITS SAMUDRA NPM .16510017

Dosen Pembimbing :

Prof. Dr. Dra. Hj. Edy Dwi Kurniati, SE.,MM

NIDN : 0-6060962-01

Dr. Sri Rahayu, SE., M.Si

NIDN : 0-6060569-01

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN
GUPPI (UNDARIS) 2022**

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAATAN DAN RISIKO TERHADAP MINAT KONSUMEN MENGGUNAKAN KARTU BRIZZI PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), Tbk. DI UNGARAN

Oleh:

MEGANANDA HARITS SAMUDRA NPM .16510017

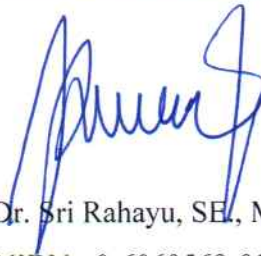
Bahwa skripsi ini layak di ujikan. Telah mendapatkan persetujuan pada
tanggal... 01 oktober 2022

Dosen Pembimbing Utama



Prof. Dr. Dra. Hj. Edy Dwi Kurniati, SE.,MM
NIDN : 0-6060962-01

Dosen Pembimbing Pendamping



Dr. Sri Rahayu, SE., M.Si
NIDN : 0-6060569-01

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Sri Rahayu, SE., M.Si.
NIDN : 06-060569-01

PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAATAN DAN RISIKO
TERHADAP MINAT KONSUMEN MENGGUNAKAN KARTU
BRIZZI PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), Tbk.
DI UNGARAN**

Oleh:

MEGANANDA HARITS SAMUDRA NPM .16510017

Skripsi ini telah diujikan dan mendapatkan pengesahan pada

Tanggal...09 oktober 2022.....

Tim Penguji
Ketua



Nunuk Supraptini, SE. MM
NIDN : 0-6030373-01

Anggota



Prof. Dr. Dra. Hj. Edy Dwi Kurniati, SE.,MM
NIDN : 0-6060962-01

Anggota



Dr. Sri Rahayu, SE., M.Si
NIDN : 0-6060569-01

ABSTRAK

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi mengakibatkan perubahan gaya hidup masyarakat dan cenderung konsumtif, disertai dengan peningkatan daya beli masyarakat, mengharuskan perbankan untuk terus melakukan inovasi guna memudahkan aktivitas bagi nasabah. Oleh karena itu bank BRI mengeluarkan kartu BRIZZI untuk memberikan kemudahan dan pelayanan terhadap para nasabah. Kemudahan penggunaan kartu BRIZZI antara lain dapat dimiliki oleh siapapun, bahkan oleh orang yang tidak memiliki rekening bank BRI (bukan nasabah bank BRI) Faktor lain yang minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi Untuk mengetahui hal tersebut pihak di PT. BRI (Persero), Tbk. di ungaran perlu mengetahui dan memperhatikan faktor faktor apa saja yang mempengaruhi minat konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kemudahan, kemanfaatan, dan resiko terhadap minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi di PT. BRI (Persero), Tbk. Di ungaran

Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah menggunakan SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh secara signifikansi terhadap minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi di PT. BRI (Persero), Tbk. Di ungaran, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 3.861 dan nilai signifikansi sebesar

0,000. kemanfaatan berpengaruh secara signifikansi terhadap minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi di PT. BRI (Persero), Tbk. Di ungaran, hal tersebut dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 3.269 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. resiko berpengaruh secara signifikansi terhadap minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi di PT. BRI (Persero), Tbk. Di ungaran, hal tersebut dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2.854 dan nilai signifikansi sebesar 0,005. Sedangkan, berdasarkan hasil perhitungan statistik uji simultan, maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan kemanfaatan dan resiko berpengaruh secara simultan terhadap minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi di PT. BRI (Persero), Tbk. Di ungaran, hal tersebut di buktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 37.679 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 serta koefisien determinasi yakni 0,52 yang berarti bahwa minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi dapat dijelaskan oleh variabel kemudahan, kemanfaatan dan resiko sebesar 48% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah pengaruh positif signifikan antara kemudahan (X^1), kemanfaatan (X^2), dan resiko (X^3) terhadap minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi (Y) di PT. BRI (Persero), Tbk. Di ungaran baik secara parsial maupun simultan. Semakin meningkat kemudahan semakin meningkat minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi semakin meningkat kemanfaatan semakin meningkat minat konsumen menggunakan Kartu, semakin meningkat resiko semakin meningkat minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi. Hasil ini dapat dijadikan rujukan bagi PT. BRI (Persero), Tbk. di ungaran agar dapat meningkatkan kemudahan, kemanfaatan, dan resiko sehingga minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi juga akan meningkat.

Kata Kunci : Kemudahan, kemanfaatan, resiko dan minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi

ABSTRACT

Advances in science and technology have resulted in changes in people's lifestyles and tend to be consumptive, accompanied by an increase in people's purchasing power, requiring banks to continue to innovate to facilitate activities for customers. Therefore, BRI bank issues BRIZZI cards to provide convenience and service to customers. the ease of using the BRIZZI card, among others, can be owned by anyone, even by people who do not have a BRI bank account (not BRI bank customers) Another factor that consumers are interested in using the Brizzi Card. BRI (Persero), Tbk. in Ungaran need to know and pay attention to what factors influence consumer interest. The purpose of this study was to determine the effect of convenience, benefit, and risk on consumer interest in using the Brizzi Card at PT. BRI (Persero), Tbk. in ungaran

The research methodology used is quantitative research using survey methods. The sampling technique used purposive sampling with a total of 100 respondents. The data collection technique used a questionnaire which was processed using SPSS version 23. The results showed that the convenience had a significant effect on consumer interest in using the Brizzi Card at PT. BRI (Persero), Tbk. In Ungaran, this is evidenced by the t_{count} value of 3,861 and a significance value of 0.000. usefulness has a significant effect on consumer interest in using the Brizzi Card at PT. BRI (Persero), Tbk. In Ungaran, this is evidenced by the t_{count} value of 3.269 and a significance value of 0.001. risk has a significant effect on consumer interest in using the Brizzi Card at PT. BRI (Persero), Tbk. In ungaran, this is evidenced by the t_{count} value of 2.854 and a significance value of 0.005. Meanwhile, based on the results of the statistical calculation of the simultaneous test, it can be concluded that the ease of benefit and risk simultaneously affect consumer interest in using the Brizzi Card at PT. BRI (Persero), Tbk. In Ungaran, this is proven by the F_{count} value of 37,679 and the significance value of 0.000 and the coefficient of determination of 0.52 which means that consumer interest in using the Brizzi Card can be explained by the convenience, benefit and risk variables of 48% while the rest is explained by other variables. which were not included in this study.

The conclusion of this study is the significant positive effect between convenience (X1), benefit (X2), and risk (X3) on consumer interest in using the Brizzi Card (Y) at PT. BRI (Persero), Tbk. In ungaran either partially or simultaneously. The more convenience increases, the consumer's interest in using the Brizzi Card increases, the benefits increase, the consumer interest in using the Card increases, the risk increases the consumer interest in using the Brizzi Card increases. These results can be used as a reference for PT. BRI (Persero), Tbk. in ungaran in order to increase convenience, benefit, and risk so that consumer interest in using the Brizzi Card will also increase.

Keywords: Ease, benefit, risk and consumer interest in using the Brizzi Card

KATA PENGANTAR

Dengan kerendahan hati dan ucapan puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia hikmat dan pengetahuan serta bimbingan Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul. “Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan Dan Risiko Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. di Ungaran”

Penulisan ini disusun untuk memenuhi dan melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis UNDARIS.

Penyelesaian skripsi ini juga tidak terlepas dari bantuan, motivasi dan perhatian dari berbagai pihak yang sangat berarti bagi penulis. Tidak ada sesuatu yang patut penulis berikan selain ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Hono Sejati, SH., M.Hum selaku Rektor UNDARIS yang telah memberi kesempatan untuk menimba ilmu di UNDARIS.
2. Ibu Dr. Sri Rahayu, SE. M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNDARIS. Sekaligus pembimbing kedua yang telah memberikan arahan, nasehat dan bimbingan dengan penuh perhatian dan kesabaran bersedia meluangkan waktunya selama penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Prof. Dr. Dra. Hj. Edy Dwi Kurniati, SE.,MM selaku Dosen pembimbing pertama yang dengan segala kesabarannya telah berkenan meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan, kritik dan saran yang sangat berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Seluruh dosen, staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi manajemen Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS) Ungaran.
5. Seluruh teman – teman Program Studi S-1 Ekonomi angkatan 2016 Fakultas

(UNDARIS) Ungaran.

5. Seluruh teman – teman Program Studi S-1 Ekonomi angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS) Ungaran yang telah memberikan motivasi dan semangat penulis selama penulisan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna mengingat kemampuan dan pengetahuan penulis yang sangat terbatas. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang berkepentingan.

Ungaran 2 Juni 2022

Penulis



Megananda Harits Samudra

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“saya tenang karena saya tau bahwa apa yang melewatkan ku tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkan ku”.

(M H S.)

“Kemarin adalah mimpi yang berlalu, esok hari adalah cita cita yang indah, dan HARI INI adalah KENYATAAN”

(DR. Aidh)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

- Ibu dan ayah yang selalu memotivasi dan terimakasih doa dan dukungannya
- Teman-teman seperjuangan Angkatan 16 terimakasih yang selalu support
- Terimakasih mba mita, jusmar, andik, yova, joko, agung yang selalu membantuku dan selalu support aku “THANK YOU FOR

ALL THE BEST FRIENDS”

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
LAMPIRAN-LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Operasional	10
F. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Kajian Pustaka	12
1. Kemudahan	12
2. Kemanfaatan	14
3. Resiko	17
4. Minat Konsumen.....	22
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Pemikiran	28
D. Hipotesis	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
A. Jenis dan Metode Penelitian	30
B. Lokasi Penelitian	30
C. Variabel dan Indikator Penelitian	31

D. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	32
E. Teknik Pengambilan Data	34
F. Teknik Pengumpulan Data	36
G. Teknik Analisa Data	37
H. Analisis Data	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian	49
B. Pembahasan	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	26
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian.....	32
Tabel 3.2 Hasil uji validitas seluruh variabel	39
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas seluruh variable.....	40
Tabel 3.4 Pedoman Interpretasi Korelasi	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	51
Tabel 4.5 Hasil analisis Uji Korelasi Sederhana	52
Tabel 4.6 Hasil analisis Uji Korelasi Berganda.....	53
Tabel 4.7 Hasil analisis Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Kemudahan	54
Tabel 4.8 Hasil analisis Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Kemanfatan	54
Tabel 4.9 Hasil analisis Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Resiko	55
Tabel 4.10 Hasil analisis Uji Regresi Linier Berganda.....	56
Tabel 4.11 Hasil analisis Uji Koefisien Determinasi.....	58
Tabel 4.12 Hasil analisis Uji t (Parsial)	59
Tabel 4.13 Hasil analisis Uji F (Simultan	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	28
Gambar 3.1 Uji Statistik T	47
Gambar 3.2 Uji Simultan F	48
Gambar 4.1 Kurva Statistik Uji t Hipotesis 1.....	60
Gambar 4.2 Kurva Statistik Uji t Hipotesis 2.....	61
Gambar 4.3 Kurva Statistik Uji t Hipotesis 3.....	62
Gambar 4.4 Kurva Statistik Uji f Hipotesis	63

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 2 Identitas Responden	78
Lampiran 3 Tabulasi Uji Coba 10 Responden	81
Lampiran 4 Tabulasi 100 responden.....	82
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	93
Lampiran 6 Hasil Uji Reabilitas.....	97
Lampiran 7 Hasil Uji Korelasi.....	98
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi.....	99
Lampiran 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	101
Lampiran 10 Hasil Uji Statistik Uji	102
Lampiran 11 Titik Presentase Distribusi Uji t.....	103
Lampiran 12 Titik Presentase Distribusi Uji f.....	107

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemunculan perkembangan transaksi dari pembayaran tunai menuju pembayaran non tunai di kalangan masyarakat telah menjadi *trend* yang tidak dapat dihindari. Bahwasanya kehadiran uang elektronik (*e-money*), yaitu alat pembayaran dengan nilai uang tersimpan secara elektronik pada server ataupun kartu, kini telah menjadi populer di kalangan masyarakat. Adapun alasan yang membuat *e-money* menjadi populer dikarenakan penggunaannya telah gencar digunakan untuk bertransaksi di toko *online* maupun *offline*. Selain itu *e-money* juga digunakan untuk transaksi pembayaran di *internet* maupun *merchant-merchant* yang sudah bekerjasama dengan bank penerbit kartu *e-money*

Minat masyarakat menggunakan *e-money* juga berdampak pada fasilitas – fasilitas umum seperti pembayaran tol, *commuterline*, trans Jakarta, parkir, dan lain sebagainya. Dibandingkan dengan instrumen pembayaran elektronik lainnya *e-money* memiliki kecepatan, kemudahan, dan efisiensi dalam melakukan transaksi. Jumlah nilai minimum untuk melakukan transaksi pada *e-money* tidak ditentukan, hal ini juga merupakan keunggulan *e-money* dibandingkan dengan *credit card* dan *debit card* yang memiliki jumlah nilai minimum saat bertransaksi. Sehingga pemanfaatanya akan jauh lebih efisien dan dapat menjangkau transaksi - transaksi yang relatif lebih kecil nilainya.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi mengakibatkan perubahan gaya hidup masyarakat dan cenderung konsumtif, disertai dengan peningkatan daya

beli masyarakat, mengharuskan perbankan untuk terus melakukan inovasi guna memudahkan aktivitas bagi nasabah. Oleh karena itu bank BRI mengeluarkan kartu

BRIZZI untuk memberikan kemudahan dan pelayanan terhadap para nasabah. Kemudahan penggunaan kartu BRIZZI antara lain dapat dimiliki oleh siapapun, bahkan oleh orang yang tidak memiliki rekening bank BRI (bukan nasabah bank BRI), Pembayaran transaksi dengan kartu BRIZZI dapat dilakukan mulai Rp.1,00-Rp.1.000.000,-, dapat diisi ulang atau top up melalui mesin EDC dan ATM, Dapat di top up melalui rekening bank BRI dan rekening bank lain, memiliki banyak promo BRIZZI yang dapat dinikmati oleh pelanggan, pembayaran dapat dilakukan secara mudah tanpa menggunakan uang tunai

Adapun manfaat penggunaan kartu BRIZZI adalah sebagai alat transaksi pembayaran yaitu dapat digunakan untuk pembayaran transportasi umum, seperti MRT, KRL, dan Transjakarta, pembayaran e-Toll, pembayaran di SPBU, pembayaran parkir dan TPE (Terminal Parkir Elektronik), Pembayaran di toko buku, supermarket dan minimarket, pembayaran makan di restoran, pembayaran wahana permainan di taman bermain. Selain memiliki kemudahan dan manfaat kartu BRIZZI juga memiliki resiko penggunaan diantaranya rentan untuk diretas atau dihack karena menggunakan sistem elektronik dan internet, terdapat resiko data hilang karena kesalahan *software*, belum semua tempat memiliki alat yang dipergunakan untuk menggunakan *digital money* tersebut serta belum semua tempat memberlakukan *e-money* termasuk di merchant, uang yang disimpan dalam *e- money* akan hilang jika menghilangkan kartu atau alat yang dipergunakan untuk menyimpan uang tersebut. memudahkan manusia dalam menjalani aktivitas perbankan, tetapi juga mengubah cara dalam bertransaksi.

Salah satu perkembangan teknologi di dunia perbankan yang mengubah cara dalam bertransaksi, yaitu dengan munculnya instrumen pembayaran yang dikenal sebagai *electronic money (e-money)* dalam bidang pembayaran. Uang elektronik (*electronic money*) atau *e-money* adalah uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik. Transaksi ini melibatkan penggunaan jaringan internet seperti sistem penyimpanan harga digital (Purnama, 2012). Electronic money ini memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan pembayaran elektronik yang lain karena *electronic money* merupakan produk prepaid (stored value) di mana nilai uang telah dicatat dalam instrumen kartu (Jatmiko, 2013).

Sesuai dengan Peraturan Bank

Indonesia No.7/52/PBI/2005 tanggal 28 Desember 2005 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran Dengan Menggunakan Kartu. Peraturan mengenai electronic money diatur lebih lanjut pada Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12./PBI/2009 tanggal 13 April 2009 dalam rangka mendukung kelancaran dan efektivitas penyelenggaraan uang elektronik. Seiring dengan beredarnya surat edaran tersebut, mengakibatkan munculnya berbagai jenis kartu *electronic money* yang disediakan oleh berbagai Lembaga di Indonesia, terdiri dari 9 (sembilan) bank dan 8 (delapan) Perusahaan Telekomunikasi. *Electronic money* merupakan jenis layanan yang memudahkan nasabah, sebab bisa digunakan untuk membantu melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja tanpa membawa uang tunai.

Adapun BRI sebagai bank plat 3 merah milik pemerintah turut andil dalam menghadirkan produk electronic money. Produk electronic money BRI, dalam hal ini BRIZZI, merupakan produk yang aman dan sangat praktis dibawa kemanapun, juga memiliki keunggulan dibanding dengan kartu electronic money lainnya yaitu kartu perdana BRIZZI bisa didapatkan dengan gratis, konsumen tidak harus memiliki rekening BRI, dan bisa melakukan TopUp Online BRIZZI.

Banyaknya lembaga yang menawarkan produk electronic money, menyebabkan konsumen semakin sulit untuk menentukan pilihan. Oleh karena itu, BRI dalam menghadirkan produk BRIZZI seharusnya mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen, kemudian berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut. Sikap, keyakinan, evaluasi, norma subjektif, referen spesifik, motivasi dan minat konsumen merupakan hasil dari faktor genetis dan proses belajar serta selalu berhubungan dengan suatu obyek atau produk. Elektronik payment atau kartu Brizzi Card ini juga masih menjadi tanda tanya apakah dengan pembayaran retribusi melalui Brizzi Card ini sanggup membuat manfaat lebih bagi pengguna dan kemudahan yang disajikan oleh produk itu sendiri selain dari anjuran penggunaan dari atasan serta memicu banyaknya tenan yang mau ikut bergabung dengan PT. Hyarta Dana Diparaya atau bisa memberikan keuntungan lain. Untuk itu belum terlihat jelas karena pada dasarnya dan melihat dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh para peneliti terdahulu menunjukkan itu akan efektif dalam terapannya dan membentuk kekuatan benefit (manfaat lebih) yang cukup baik jika transaksi tersebut terbentuk hanya dari penggunaan BRIZZI sebagai ganti uang tunai sebagai alat pembayaran. Untuk mengetahui hal tersebut pihak Kartu Brizzi perlu mengetahui dan memperhatikan faktor faktor apa saja yang mempengaruhi minat konsumen dalam keputusannya untuk memilih membeli suatu produk atau barang

Menurut Jogiyanto (2007) Kemudahan dapat diartikan sebagai suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan tentang tingkat kesulitan yang didapat dalam suatu hal. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Permasalahan Kartu Brizzi dalam Kemudahan kekurangan yang dimiliki kartu BRIZZI adalah jika isi tidak langsung dari ATM BRI, maka tidak bisa update saldo di ATM. Ini cukup

merepotkan, terutama jika tidak punya HP dengan NFC. Maka setelah top up online harus update saldo di mesin EDC juga tidak ada menu cetak history transaksi Brizzi di ATM hanya bisa cek melalui aplikasi Brizzi atau BRI mobile. Dan Kartu BRIZZI tersebut ada batasan jam untuk top up atau isi ulang kartu BRIZZI pada jam 23:00– 00:30. Kartu BRIZZI bisa digunakan siapa saja. hal ini menjadi kekurangan yang fatal jika kartu hilang dan di temukan orang lain, orang tersebut bisa langsung menggunakannya dan saldo pun tidak akan terlacak. Hasil penelitian Erriyanto Hidayat (2015) mengatakan bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi.

Menurut Davis, 1989 dalam jogiyanto, 2008. Kemanfaatan (*perceived usefulness*) adalah seberapa jauh seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Persepsi Kemanfaatan atau *Perceived Usefulness* didefinisikan Davis et al sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja (Rogers dalam Jatmiko, 2013). Seorang pengguna hanya akan menerima inovasi jika inovasi tersebut menyediakan keuntungan yang dirasa unik jika dibandingkan dengan solusi-solusi yang telah ada. Permasalahan Kartu Brizzi dalam Kemanfaatan banyak ritel dan atm yang belum bisa top up. walaupun tergolong mudah namun terkadang ada ritel yang tidak bisa mengisi BRIZZI. Kemudian kartu BRIZZI yang tidak dilengkapi dengan password apabila uang elektronik ini hilang, maka semua uang yang berada di dalamnya akan ikut hilang dan tidak bisa diblokir. Hasil penelitian Cahaya Agung Purnama (2017) mengatakan bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi

Menurut Schiffman dan Kanuk, (2010). Persepsi risiko didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi oleh konsumen ketika mereka tidak dapat memprediksi konsekuensi saat melakukan keputusan pembelian. Ada dua dimensi poin penting dalam definisi persepsi risiko ini, yaitu ketidakpastian dan konsekuensi. Definisi ini menekankan bahwa konsumen dipengaruhi oleh risiko yang mereka persepsikan, tanpa mempedulikan apakah sebenarnya risiko itu ada atau tidak. Risiko yang tidak ada dalam persepsi konsumen tidak akan mempengaruhi perilaku konsumen. Permasalahan Kartu Brizzi dalam resiko. Tidak dijaminnya uang elektronik oleh LPS (Lembaga Penjaminan Simpanan) menjadi kerugian tersendiri bagi pemegang uang elektronik ini, banyaknya kasus gagal dalam pengisian ulang, tiba-tiba uang elektronik ini rusak tanpa sebab, hilang, sebagaimana yang terjadi pada uang elektronik milik Bank BRI yang bernama Brizzi. Berdasarkan penelaahan penulis dalam penggunaan kartu BRIZZI dalam proses isi ulang BRIZZI memiliki beberapa masalah, dimana pernah melakukan isi ulang melalui internet banking BRI dan dinyatakan berhasil, namun ternyata setelah itu saldo tidak bisa otomatis masuk kepada kartu Brizzi itu sendiri, dalam keterangannya harus diaktivasi dahulu dengan mesin EDC. Hasil Penelitian yang dilakukan Amilia Hidayanti (2015) mengatakan bahwa variabel resiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi

Menurut Churchill dalam Barus (2008). Minat konsumen, yaitu perilaku di masa depan yang diantisipasi atau direncanakan. Dalam pemasaran, niat seringkali dirangsang dengan meminta para responden untuk menunjukkan mana dari berikut ini yang paling tepat untuk menggambarkan rencana mereka berkaitan dengan produk atau jasa baru .

Sikap biasanya memberikan penilaian (menerima atau menolak) terhadap objek atau produk yang dihadapinya (Lestari, 2008). Disisi lain, tidak dapat dipungkiri bahwa faktor penentu keberhasilan suatu produk sangat dipengaruhi oleh minat konsumen dalam keputusannya untuk memilih membeli suatu produk. Membuat konsumen berminat terhadap suatu produk dalam hal ini Kartu Brizzi merupakan tantangan terbesar BRI. Brizzi masih tergolong produk baru atau inovasi, yaitu setiap barang, jasa, atau gagasan yang dianggap seseorang sebagai sesuatu yang baru (Kotler dan Keller, 2009). Oleh karena itu, calon pengguna biasanya mempertimbangkan kemudahan dan manfaat yang didapatkan bila memakainya. Berdasarkan uraian diatas, besarnya faktor persepsi konsumen akan manfaat dan kemudahan Kartu Brizzi agar menarik minat calon pengguna membuat peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengaruhnya. Selain itu, masih kurangnya penelitian mengenai electronic money khususnya Kartu BRIZZI di Ungaran membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh**

Kemudahan, Kemanfaatan dan Risiko Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi?
2. Apakah kemanfaatan berpengaruh terhadap minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi?
3. Apakah risiko berpengaruh terhadap minat konsumen menggunakan Kartu

Brizzi?

4. Apakah kemudahan, kemanfaatan dan resiko simultan berpengaruh terhadap minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi?

C. Tujuan Penelitian

Agar dapat melaksanakan penelitian ini dengan baik dan dapat mengenai sasaran sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka tujuan diadakannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemanfaatan terhadap minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi.
3. Untuk mengetahui pengaruh resiko terhadap minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi.
4. Untuk mengetahui kemudahan, kemanfaatan dan resiko secara simultan terhadap minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi.

D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ganda baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a) Bagi Peneliti ini dapat memberikan manfaat kepada peneliti sebagai sarana berlatih dalam menerapkan teori-teori ilmu manajemen pemasaran dengan kenyataan di lapangan dan untuk menambah pengetahuan dan pengalaman tentang Pengaruh kemudahan, kemanfaatan dan risiko terhadap minat konsumen menggunakan kartu brizzi PT. Bank rakyat indonesia (persero), tbk. di ungaran

b) Bagi pembaca, untuk menambah informasi, sumbangan pemikiran dan bahan kajian dalam penelitian tentang Pengaruh kemudahan, kemanfaatan dan risiko terhadap minat konsumen menggunakan kartu brizzi pt. Bank rakyat indonesia (persero), tbk. di ungaran

2. Manfaat Praktis

a) Bagi perusahaan, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi atau bahan masukan tambahan bagi perusahaan dalam menyikapi masalah penjualan yang menyangkut kemudahan, kemanfaatan dan risiko terhadap minat konsumen menggunakan kartu brizzi PT. Bank rakyat indonesia (persero), tbk. di ungaran

b) Bagi para akademi sebagai implikasi lebih lanjut dalam memberikan informasi guna menciptakan peningkatan kemampuan dan pemahaman mengenai kemudahan, kemanfaatan dan risiko terhadap minat konsumen menggunakan kartu brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), tbk.

diungaran

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstrak, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstrak yang lebih baik (Sugiyono 2012).

1. Minat Konsumen (Y)

Minat konsumen, yaitu perilaku di masa depan yang diantisipasi atau direncanakan. Dalam pemasaran, niat seringkali dirangsang dengan meminta para responden untuk menunjukkan mana dari berikut ini yang paling tepat

untuk menggambarkan rencana mereka berkaitan dengan produk atau jasa baru

(Churchill dalam Barus, 2008).

2. Kemudahan (X1)

Menurut Jogiyanto (2007) Kemudahan dapat diartikan sebagai suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan tentang tingkat kesulitan yang didapat dalam suatu hal. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya

3. Kemanfaatan (X2)

Kemanfaatan (*perceived usefulness*) adalah seberapa jauh seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989 dalam jogiyanto, 2008).

4. Resiko (X3)

Risiko didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi oleh konsumen ketika mereka tidak dapat memprediksi konsekuensi saat melakukan keputusan pembelian. Ada dua dimensi poin penting dalam definisi persepsi risiko ini, yaitu ketidakpastian dan konsekuensi. Definisi ini menekankan bahwa konsumen dipengaruhi oleh risiko yang mereka persepsikan, tanpa mempedulikan apakah sebenarnya risiko itu ada atau tidak. Risiko yang tidak ada dalam persepsi konsumen tidak akan mempengaruhi perilaku konsumen (Schiffman dan Kanuk, 2010).

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan dalam penelitian ini untuk mempermudah pembahasan dalam penelitian. Adapun sistematika penulisannya adalah :

BAB I : Pendahuluan, bagian diawali dengan latar belakang masalah yang mendasari diadakannya penelitian ini, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, definisi operasional dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan teori, bagian ini berisi kajian pustaka yang digunakan sebagai bahan acuan dalam penelitian ini, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III : Metode penelitian, bagian ini berisi jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel, teknik sampel, teknik pengambilan data dan teknik analisis data.

BAB IV: Hasil Penelitian dan pembahasan bagian ini berisi tentang gambaran umum perusahaan, diskripsi, dan metode analisis data.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Kemudahan

a) Pengertian Kemudahan

Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto. 2007).

Davis *et al.* mendefinisikan *percieved ease of use* sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.

kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya, diketahui bahwa konstruk persepsi kemudahan ini juga merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan (Jogiyanto, 2007).

Kemudahan dapat diartikan sebagai suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan tentang tingkat kesulitan yang didapat dalam suatu hal. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang

merasa yakin bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

b) Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kemudahan

1. Membuat pekerjaan menjadi lebih cepat (*work more quickly*)
Penggunaan teknologi dapat membuat pekerjaan menjadi lebih cepat dan menghemat waktu.
2. Meningkatkan produktivitas (*increase productivity*) Karena pekerjaan yang lebih cepat dengan menggunakan teknologi maka akan dapat meningkatkan produktivitas seseorang dalam bekerja.
3. Kinerja pekerjaan (*job performance*) Karena penggunaan teknologi dapat meningkatkan produktivitas maka akan dapat membantu memperbaiki kinerja pekerjaan seseorang.
4. Efektif (*effectiveness*) Penggunaan teknologi lebih memberikan dampak yang positif terhadap pekerjaan atau aktivitas.
5. Membuat aktivitas menjadi mudah (*makes job easier*) Dengan menggunakan teknologi membuat aktivitas yang dilakukan seseorang menjadi mudah.
6. Bermanfaat (*useful*) Penggunaan teknologi memberikan manfaat membantu individu dalam kegiatannya.

c) Indikator Kemudahan

Menurut Jogiyanto (2007) ada lima dimensi Kemudahan yaitu:

1. Fleksibel

2. Kompatibilitas
3. Kompleksitas
4. Divisibilitas
5. Komunikabilitas

2. Kemanfaatan

a) Pengertian Kemanfaatan

Kemanfaatan atau *Perceived Usefulness* didefinisikan Davis et al sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja (Rogers dalam Jatmiko, 2013). Seorang pengguna hanya akan menerima inovasi jika inovasi tersebut menyediakan keuntungan yang dirasa unik jika dibandingkan dengan solusi-solusi yang telah ada.

Rahmatsyah (2011) dalam penelitiannya mengartikan persepsi kemanfaatan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya. Persepsi manfaat ini merupakan tingkatan kepercayaan seseorang terhadap subyek tertentu yang dapat mempermudah dan mempercepat pekerjaan yang mereka lakukan sehingga dapat meningkatkan performa pekerjaannya dan prestasi kerja orang yang bersangkutan (Adam, et al, 1992, dalam Duta, 2012). Adapun dimensi persepsi manfaat sistem bagi pemakainya menurut Davis et al (1986) yaitu:

- 1) *Productivity* (produktivitas)
- 2) *Job performance* atau *effectiveness* (kinerja tugas atau efektivitas)

- 3) *Importance to job* (pentingnya bagi tugas)
- 4) *Overall usefulness* (kebermanfaatan secara keseluruhan)

b) Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kemanfaatan

1) Kekontrasan

Objek-objek pemasaran yang sangat berbeda dari yang lain akan menarik perhatian konsumen. Prinsip kontras menyatakan bahwa stimulus eksternal yang berbeda atau berlawanan dengan kondisi yang ada akan menarik perhatian. Sebuah iklan yang memiliki nuansa berbeda dalam *jingle* musiknya dengan pesan yang sangat berbeda akan lebih menarik jika dibandingkan dengan iklan yang *jingle* musiknya mirip dengan yang lain.

2) Kebaruan

Stimuli yang baru apakah itu berupa iklan baru, produk baru, atau kostum tenaga penjual yang baru akan menarik perhatian konsumen. *Launching* produk baru seringkali akan menarik perhatian untuk diperbincangkan dan diperhatikan oleh konsumen.

3) Intensitas

Semakin kuat intensitas stimuli eksternal akan semakin dirasakan konsumen, sehingga konsumen cenderung memperhatikan. Suara yang keras akan lebih diperhatikan daripada suara yang biasa saja, bau yang sangat harum akan lebih kuat dirasakan konsumen daripada bau yang intensitasnya biasa saja.

4) Gerakan

Dari berbagai stimuli pada lingkungan sekitar, konsumen akan memperhatikan stimuli yang bergerak dibandingkan dengan yang diam. Prinsip gerakan ini menyatakan bahwa konsumen akan memberikan perhatian lebih terhadap objek yang bergerak daripada objek yang tidak bergerak. Ketika melihat pameran toko, seorang tenaga penjual bergerak mendekati kita akan lebih kita perhatikan daripada tulisan yang ada di tempat pameran.

5) Pengulangan

Stimuli yang diulang-ulang akan lebih menarik perhatian jika dibandingkan dengan stimuli yang hanya muncul sekali. Konsumen akan cenderung memperhatikan iklan yang diulang ulang dibandingkan dengan iklan yang hanya muncul sekali.

c) Indikator Kemanfaatan

Menurut (Davis, 1989 dalam jogiyanto, 2008) indikator kemanfaatan sebagai berikut:

- 1) Inovatif (*Innovativeness*)
- 2) Optimis (*Optimism*)
- 3) Keamanan (*Insecurity*)

Menurut Jogiyanto (Triani, 2016) Kemanfaatan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan system tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Kemanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan suatu pemikiran mengenai penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan

memberikan keuntungan bagi penggunanya.(Andriyano and Rahmawati, 2016).

Kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan kemudahan (*perceived ease of use*) mempunyai pengaruh ke minat perilaku (*behavioral intention*). Pemakai teknologi akan mempunyai minat menggunakan teknologi (minat perilaku) jika merasa sistem teknologi bermanfaat dan mudah digunakan.

Kemanfaatan juga mempengaruhi kemudahan tapi tidak sebaliknya. Pemakaian sistem akan menggunakan sistem jika bermanfaat baik sistem itu mudah digunakan atau tidak mudah digunakan (Jogianto, 2007).

3. Resiko

a) Pengertian Resiko

Ketika melakukan suatu pembelian atau sebuah keputusan untuk memilih suatu produk yang ada konsumen akan mempertimbangkan risiko yang akan terjadi. Menurut Suryani (2008) risiko yang dipersepsikan (*perceived risk*) dapat didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi konsumen ketika mereka tidak mampu melihat kemungkinan yang akan terjadi dari keputusan pembelian yang dilakukan. Berkaitan dengan adanya persepsi konsumen terdapat persepsi terhadap risiko atau *perceived risk*, persepsi terhadap kualitas atau *perceived quality*, persepsi terhadap pengorbanan atau *perceived sacrifice*, persepsi terhadap nilai atau *perceived value*.

Dalam kegiatan transaksi yang dilakukan tidak lepas dari adanya risiko ataupun permasalahan, sebab terjadinya interaksi antara orang lain kadang terjadi suatu ketidaknyamanan, sebagaimana pada pembayaran dengan *electronic-money* permasalahan yang sering dihadapi oleh

pengguna ada bermacam-macam. Adapun permasalahan dari penggunaan kartu *electronic money* dari hasil penelitian terdapat tiga macam, yaitu nasabah yang kurang memahami terkait dengan *electronic-money* sehingga mengakibatkan gagal ketika melakukan *top up*, terjadinya rusak pada kartu yang menyebabkan kartu tidak bisa digunakan untuk transaksi dan hilangnya kartu Brizzi ini adalah permasalahan yang sangat fatal, sebab hilangnya kartu *electronicmoney* Brizzi akan menyebabkan hilangnya saldo yang terdapat di dalam kartu. Kehawatiran nasabah dalam menggunakan kartu *electronicmoney* meningkat, sebab hilangnya kartu tidak saldo tidak bisa kembali. Dan tidak terdapatnya *identification personal Number* (PIN). Dengan demikian, dalam pasal 45 Peraturan Perbankan Nomor 20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik menyatakan bahwa dalam *electronic-money unregistered* diberikan batasan saldo yang tersimpan di dalamnya yaitu maksimal saldo yang tersimpan dalam kartu satu juta rupiah (Rp 1.000.000,-). Namun untuk jenis *electronic-money* 182 *registered* saldo maksimal yang terdapat di dalam kartu sebanak sepuluh juta rupiah (Rp 10.000.000). Batasan lain yang diberikan kepada *electronic-money unregistered* yaitu maksimal kartu digunakan transaksi dalam satu bulan sebanyak dua puluh juta rupiah (Rp 20.000.000,-). Batasan nilai transaksi ini diperhitungkan dari transaksi *incoming*. Akan tetapi permasalahan yang banyak bermunculan dari nasabah terkait dengan saldo yang tidak bisa masuk dalam kartu *electronicmoney*. Hal ini sangat jelas menandakan bahwa pemahaman nasabah pengguna kartu masih sangat kurang perlu sosialisasi lebih mendalam tentang *electronic-money*,

agar kenyamanan dalam menggunakan kartu terjamin dan nasabah pengguna tidak dikhawatirkan dengan hilangnya uang yang terdapat di dalam kartu. Dalam pelaksanaan *electronic-money* yang semakin banyak diminati oleh nasabah, yang sampai saat ini tidak terdapatnya pengaman dan identitas kartu yang mengakibatkan *electronicmoney* bisa dipindahtangankan kepada orang lain. Perlu pembaharuan sistem perbankan dalam memberikan kenyamanan terhadap pengguna *electronic-money* agar keberadaan kartu yang hilang bisa dilacak keberadaanya.

Penyelenggara *electronic-money* Brizzi harus menerapkan collect data terhadap nasabah yang menggunakan kartu *electronic-money*. *Collect data* ini mempunyai fungsi untuk melacak data apabila terjadi kejahatan, pencurian ataupun kehilangan kartu. Informasi ini bisa disimpan secara permanen pada kartu milik pengguna *electronic money*. *Collect data* ini tidak hanya disimpan dalam kartu pengguna, namun dapat pula disimpan dalam terminal *merchant* ataupun pada komputer penyelenggara. Sehingga semakin lengkap informasi transaksi yang disimpan, maka semakin memudahkan penyelenggara melakukan pelacakan apabila terjadi kejahatan. Dengan demikian diharapkan pihak perbankan dapat menerapkan sistem *Collect data*, sehingga pihak perbankan dapat melacak keberadaan *electronic-money* yang digunakan nasabah, tidak hanya itu pihak perbankan dapat mengetahui transaksi yang dilakukannya. Jika sewaktu-waktu nasabah mengalami ketidaknyamanan ataupun kehilangan kartu pihak perbankan mempunyai datanya. Ini menunjukkan tanggungjawab pihak penerbit dalam mengeluarkan *electronic-money*.

Komplain nasabah adalah bentuk gugatan terhadap permasalahan produk yang digunakan tidak sesuai dengan promosi. Dalam permasalahan yang ditimbulkan dari penggunaan *electronic money* pihak pelaku usaha harus mempertanggungjawabkan, sebagaimana yang terdapat dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu: Pelaku usaha bertanggung jawab atas produk yang dikeluarkan dengan memberikan ganti rugi atas kerugian, kerusakan yang diakibatkan dari penggunaan produksi dari pelaku usaha. Ganti rugi yang diberikan oleh pelaku usaha dapat berupa uang pengembalian, uang ganti rugi barang/jasa yang nilainya sejenis. Dalam hal pemberian ganti rugi, dapat dilaksanakan dalam waktu tenggang tujuh (7) hari kerja setelah tanggal transaksi. Pelaku usaha dapat memberikan ganti rugi berupa barang atau uang dengan disertai bukti dari pelaku usaha yang melakukan kesalahan bukan dari pihak konsumen. Namun, dalam penerapan dilapangan pihak perbankan tidak memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami oleh nasabah, sehingga seluruh kerugian ditanggung pengguna sendiri. Komplain nasabah dapat dilakukan dengan mendatangi langsung ke pihak perbankan dengan mengadukan permasalahan yang dialami dengan membawa persyaratan yang telah ditentukan oleh pihak perbankan yaitu kartu yang rusak, ATM ataupun *struk* pembayaran ketika kartu tidak bisa mendeteksi waktu melakukan pembayaran di *merchant*.

Pengaduan komplain nasabah secara langsung akan diselesaikan oleh pihak perbankan, sehingga nasabah tidak perlu menunggu lama. Komplain nasabah diterima dengan baik oleh pihak perbankan, hal ini memberikan

hak konsumen untuk didengar pendapat dan keluhannya atas suatu produk yang digunakan sebagaimana yang terdapat dalam Undang- Undang Nomor 8 tahun 1999 Pasal 4 huruf (d). Nasabah yang mengajukan komplain dapat dilakukan diseluruh kantor BRI terdekat, sehingga memudahkan para pengguna kartu jika mengalami kerusakan pada kartu. Persyaratan pengajuan komplain tergantung dari jenis permasalahan yang dihadapi oleh konsumen. Apabila nasabah mengajukan komplain rusak pada kartu yang dibawa kartu *electronic-money* rusak dan KTP. Akan tetapi apabila komplain saldo tidak masuk, maka nasabah membawa kartu *electronicmoney* dan membawa buku tabungan. Cara penyelesaian komplain yang diberikan oleh pihak perbankan merupakan suatu cara untuk melayani dalam menyelesaikan permasalahan, sebagaimana yang terdapat dalam UndangUndang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 4 huruf (e).

Menurut Suryani (2008) terdapat 6 (enam) persepsi risiko konsumen yaitu:

1) Risiko keuangan

Risiko yang akan menghasilkan kerugian konsumen secara keuangan yang akan dialami oleh konsumen jika konsumen memutuskan untuk membeli produk atau jasa. Risiko keuangan akan menjadi pertimbangan penting ketika daya beli konsumen rendah atau konsumen memiliki keterbatasan finansial.

2) Risiko kinerja

Risiko kinerja berhubungan dengan kekhawatiran apakah suatu produk akan berfungsi sebagaimana yang diharapkan atau apakah suatu merek yang berbeda justru akan memberikan kinerja

yang lebih baik, misalnya apakah produk yang dipesan sesuai dengan gambar di situs *web* dari toko yang bersangkutan atau sebaliknya.

3) Risiko psikologis

Risiko psikologis dalam pembelian produk berupa ketidaknyamanan psikologis, menjadikan citra diri konsumen rendah, dan harga diri yang rendah.

4) Risiko fisiologis

Risiko fisiologis merupakan risiko akibat pembelian produk berupa terganggunya fisik konsumen atau produk dapat melukai konsumen.

5) Risiko sosial

Risiko akibat pembelian produk yang berupa kurang diterimanya konsumen di lingkungan masyarakat dan meremehkan pembelian produk tersebut.

6) Risiko waktu

Risiko ini juga mencakup apakah waktu konsumen akan berkurang dan tersita hanya untuk menggunakan produk tersebut.

b) Indikator Risiko

Menurut Schiffman dan Kanuk, (2010).dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- 1). Keunggulan diferensiasi Mengalami risiko tertentu
- 2). Mengalami Kerugian
- 3). Pemikiran Bahwa Berisiko

4. Minat Konsumen

a) Pengertian Minata Konsumen

Churchill dalam Barus (2008) menyatakan bahwa “minat adalah perilaku di masa depan yang diantisipasi atau direncanakan. Dalam pemasaran, niat seringkali dirangsang dengan meminta para responden untuk menunjukkan mana dari berikut ini yang paling tepat untuk menggambarkan rencana mereka berkaitan dengan produk atau jasa baru.” Komponen minat berisikan niat untuk melakukan perilaku tertentu.

Secara teoritis, terbentuknya minat tersebut ditentukan oleh interaksi kedua komponen yang mendahuluinya yaitu sikap terhadap perilaku dan norma subyektif tentang perilaku tersebut (Taurusia, 2011).

b) Pengertian Minat Konsumen

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan. Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kinnear dan Taylor minat membeli adalah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.

Minat memiliki sifat dan karakter khusus sebagai berikut:

- 1) Minat bersifat pribadi (individual), ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain.
- 2) Minat menimbulkan efek diskriminatif.

- 3) Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi dan dipengaruhi motivasi.
- 4) Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode.

Adapun faktor-faktor yang meliputi minat sebagai berikut:

- a) Kebutuhan fisik, sosial, dan egoitis.
- b) Pengalaman

Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut, minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu, dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu.

c) Indikator Minat Konsumen

Menurut Churchill dalam Barus, (2008).Minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator- indikator sebagai berikut:

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut.

- 4) Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- 5) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Pemahaman terhadap perilaku konsumen tidak lepas dari minat membeli, karena minat membeli merupakan salah satu tahap yang pada subyek sebelum mengambil keputusan untuk membeli.

Titik tolak memahami pembeli adalah model rangsangan-tanggapan (stimulus-response model) apa yang didengar oleh telinga apa yang dilihat oleh mata apa yang dicium oleh hidung itulah yang disebut stimulus. Rangsangan pemasaran dan lingkungan masuk ke dalam kesadaran pembeli. Karakteristik dan proses pengambilan keputusan pembeli menghasilkan keputusan pembelian tertentu. Iklan berbagai macam produk yang ditayangkan adalah stimulus yang dirancang khusus oleh produsen agar menarik perhatian konsumen. Produsen mengharapkan konsumen menyukai iklan produknya, kemudian menyukai produknya dan membelinya.

Menurut Kotler, Bowen, dan Makens terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat beli seseorang dalam proses pengambilan keputusan pembelian, yaitu situasi tidak terduga (Unexpected situation) dan sikap terhadap orang lain (Respect to Others).

Menurut Ferdinand dalam Dwityanti (2008), minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.
- 4) Minat eksploratif, ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1	Amilia Hidayanti (2015)	Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Layanan E-Banking (Studi pada Jurusan Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga)	Analisis regresi linear sederhana dan berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada kepercayaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk layanan ebanking. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada persepsi kemudahan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk layanan ebanking. Terdapat pengaruh positif pada risiko terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk layanan ebanking.

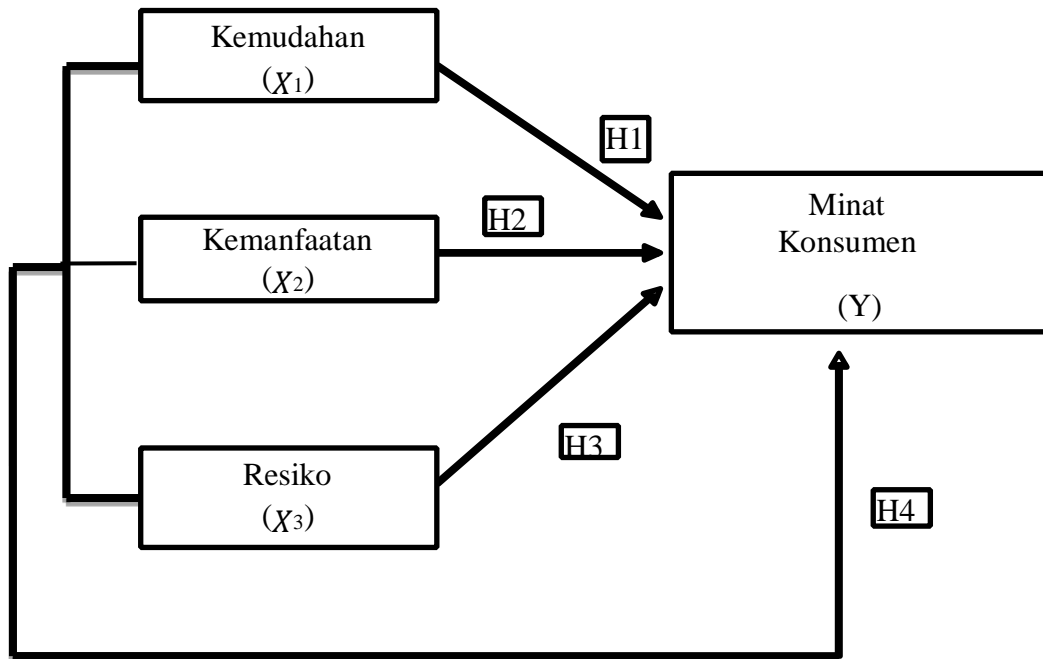
2	Cahaya Agung Purnama (2017)	Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan Dan Harga Terhadap Minat Beli E-Toll Card Bank Mandiri (Studi Kasus pada Pengguna Jalan Tol di Kota Semarang)	Analisis regresi linier berganda	Seiring dengan bertambah pesatnya pengguna kendaraan dan pengguna jalan tol, <i>e-toll card</i> memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam membayar jasa jalan tol. E-toll card merupakan produk inovasi baru dari uang elektronik sehingga masih banyak calon konsumen yang belum mengetahui cara penggunaannya, sehingga konsumen masih lebih memilih menggunakan untuk tidak menggunakannya. Penelitian ini dilakukan untuk
---	-----------------------------	--	----------------------------------	--

				mengetahui seberapa besar minat beli konsumen terhadap produk <i>e-toll card</i> .
3	Erriyanto Hidayat (2015)	Persepsi Pengguna Akan Kemudahan Dan Manfaat <i>Teleworking</i> Dalam Mempengaruhi Minat Penggunaan <i>Teleworking</i>	Analisis regresi linier berganda	Penelitian ini memperoleh bukti empiris bahwa variabel persepsi pengguna internet akan kemudahan untuk menggunakan teknologi <i>Teleworking internet banking</i> dan persepsi pengguna internet akan manfaat <i>internet banking</i> memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan untuk menggunakan teknologi <i>Teleworking internet banking</i> .

4	Eka Purwiati (2015)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi EMoney (Studi Pada Kartu BRIZZI BRI Cabang Cik Ditiro Yogyakarta) Eka Purwiati (2015)	Analisis regresi linier berganda	Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa variabel yang mempengaruhi adopsi emoney yang terdiri dari <i>variable</i> Keamanan dan Kerahasiaan, Manfaat Kegunaan Persepsian, Kemudahan Penggunaan Persepsian, Kesenangan Persepsian, Kepercayaan, Kecukupan Informasi, dan Sikap merupakan faktor yang berpengaruh positif terhadap Niat penggunaan e-money.
5	Sridawati(2016)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Terhadap Penggunaan Kartu Pembayaran Elektronik	Analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian ini membuktikan ada delapan variabel yang nyata mempengaruhi preferensi masyarakat dalam menggunakan kartu pembayaran elektronik, yaitu : jenis kelamin, umur, pendidikan, pendapatan rata-rata perbulan, pengeluaran rata-rata perbulan, lokasi, teknologi dan motivasi.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir adalah penjelasan sementara terhadap suatu gejala yang menjadi objek permasalahan kita. Kerangka pikir ini disusun dengan berdasarkan pada tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan atau terkait. Kerangka pikir ini merupakan suatu argumentasi kita dalam merumuskan hipotesis. Dalam merumuskan suatu hipotesis, argumentasi kerangka berpikir menggunakan logika deduktif (untuk metode kuantitatif) dengan memakai pengetahuan ilmiah sebagai premis premis dasarnya.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan :

Y = variabel dependen Minat Konsumen

X₁ = variabel independen Kemudahan

X₂ = variabel independen Kemanfaatan

X₃ = variabel independen Resiko

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono, 2016).

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut :

H1 : Diduga ada pengaruh yang signifikan kemudahan secara parsial terhadap minat konsumen menggunakan kartu BRIZZI

H2 : Diduga ada pengaruh yang signifikan antara kemanfaatan secara parsial terhadap minat konsumen menggunakan kartu BRIZZI

H3 : Diduga ada pengaruh yang signifikan antara resiko secara parsial terhadap minat konsumen menggunakan kartu BRIZZI

H4 : Diduga ada pengaruh yang signifikan antarakara kemudahan, kemanfaatan dan resiko secara simultan terhadap minat konsumen menggunakan kartu BRIZZI

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian eksplanatori, yaitu untuk mengetahui lebih mendalam tentang suatu masalah tertentu. Penelitian eksplanatori (*explanatory research*) menurut Sugiyono (2016) adalah penelitian yang menyoroti hubungan antara variabel penelitian dan menguji hipotesis orientasinya mengandung diskripsi tetapi fokusnya terletak pada hubungan dan pengaruh antar variabel.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan asosiatif, pendekatan asosiatif adalah pendekatan dimana untuk mengetahui bahwa adanya hubungan atau pengaruh diantara kedua variabel (variabel bebas dan variable terikat). Dalam penelitian ini akan berupaya menjelaskan hubungan antar variabel Kemudahan (X^1), Kemanfaatan (X^2), dan Resiko (X^3), Terhadap Minat

Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi (Y) .

B. Lokasi Penelitian

Lokasi yang telah ditetapkan oleh peneliti yaitu mengambil tempat di Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk cabang Ungaran.

1. Alasan Objektif

Untuk menganalisa pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan persepsi risiko terhadap minat konsumen menggunakan kartu BRIZZI di

Ungaran

2. Alasan Subjektif

Peneliti sebagai karyawan di Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk cabang Ungaran sehingga memudahkan dalam penelitian ini. Judul yang diajukan sesuai dengan jurusan penulis yaitu manajemen pemasaran

C. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016).

Ada 2 variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas dan variabel terikat yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (Variabel Independen)

Variabel bebas adalah variabel yang tidak tergantung dan tidak dipengaruhi oleh variabel lain atau menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah: Kemudahan (X1), Kemanfaatan (X2), dan Resiko (X3)

2. Variabel Terikat (Variabel Dependen).

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah: Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi (Y). Selanjutnya indikator yang digunakan sebagai acuan untuk memudahkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3.1
Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Skala Likert
-----------------	------------------	---------------------

Kemudahan (X ₁)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fleksibel 2. Kompatibilitas 3. Kompleksitas 4. Divisibilitas 5. Komunikabilitas (Jogiyanto,2007).	Likert
Kemanfaatan (X ₂)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inovatif (<i>Innovativeness</i>) 2. Optimis (<i>Optimism</i>) 3. Keamanan (<i>Insecurity</i>) Davis, 1989 dalam jogiyanto, (2008).	Likert
Resiko (X ₃)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Keunggulan diferensiasi Mengalami risiko tertentu 2) Mengalami Kerugian 3) Pemikiran Bahwa Berisiko Schiffman dan Kanuk, (2010).	Likert
Minat Konsumen (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat transaksional. 2. Minat referensial 3. Preferensial 4. Exploratif Hasan, Churchill dalam Barus, (2008).	Likert

Sumber data di peroleh dari : Peneliti 2022

D. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1) Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Konsumen yang Menggunakan Kartu Brizzi

2) Sampel dan Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2013). Sampel diambil dari populasi, jika populasi besar maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari sebagian populasi berdasarkan teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2013).

Pencarian sampel dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Pertimbangan itu meliputi kriteria yang ditentukan kepada responden, yaitu seluruh Konsumen yang Menggunakan Kartu Brizzi yang melakukan pembelian lebih dari satu kali. Penentuan sampling ini dikarenakan tidak diketahui secara pasti berapa konsumen yang menggunakan Kartu Brizzi. Maka dari itu peneliti mencari responden yang secara kebetulan ditemui, konsumen yang menggunakan Kartu Brizzi. Agar data yang didapat akurat, penelitian ini dilakukan kepada responden yang sesuai, karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka penelitian ini melakukan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus *Unknown Populations*.

Menurut Riduwan (2004) menjelaskan bahwa “teknik pengambilan sampel apabila populasinya tidak diketahui secara pasti, digunakan teknik sampling kemudahan. Berdasarkan sampling kemudahan ini, peneliti menyeleksi dengan menyaring kuesioner yang ada, apabila orang-orang

tersebut diketahui". Berdasarkan hal tersebut rumus yang digunakan untuk menentukan sampel jika populasinya tidak diketahui secara pasti adalah rumus *Unknown Populations*:

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha} / 2\sigma}{e} \right]^2$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z_{α} = ukuran tingkat kepercayaan $\alpha = 0,05$ (tingkat kepercayaan 95% berarti

$Z_{0,05} = 1,96$ σ = Standar Deviasi

e = *Standart error* atau kesalahan yang dapat ditoleransi (5% = 0,05)

Perhitungan:

$$\begin{aligned} n &= \left[\frac{Z_{\alpha} / 2\sigma}{e} \right]^2 \\ n &= \left[\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right]^2 \\ n &= 96,04 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan sampel tersebut peneliti yakin dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa sampel random berukuran 96,04, melihat hasil tersebut maka untuk memudahkan penghitungan data, peneliti membulatkan jumlah sampel menjadi 100 orang dengan memberikan selisih estimasi kurang dari 0,05.

E. Teknik Pengambilan Data

1) Jenis Data

Sugiyono (2016) mengelompokkan jenis data menjadi dua macam data yang selanjutnya digunakan dalam penelitian ini yaitu, jenis data kualitatif adalah data yang berbentuk kata atau kalimat dan data kuantitatif digunakan untuk mengevaluasi beberapa variabel bebas yang

mempengaruhi variabel terikat dan untuk memperjelas perolehan hasil data kualitatif. Data kualitatif dalam penelitian ini diambil dari identitas responden (jenis kelamin, pendidikan) dan tanggapan atau jawaban responden melalui penyebaran kuesioner.

Jenis data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah validitas, reliabilitas, korelasi sederhana dan berganda, regresi linier sederhana dan berganda, determinasi (adjusted r square), uji t dan F.

2) Sumber Data

Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer (*primary data*) yaitu data yang bersumber langsung dari sumber data tanpa melalui perantara. Untuk mendapatkan data yang diperlukan, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Sumber Data Primer

Sumber primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini seperti data yang didapatkan dengan observasi dan kuisisioner yang disebarkan kepada responden yaitu

Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran (Arikunto, 2010). Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari obyek yang di amati dan diteliti secara langsung dengan mengadakan pengadaan data kepada populasi yang telah ditentukan melalui penyebaran kuesioner.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber sekunder adalah data yang bukan diperoleh dari hasil pengumpulan dan pengolahan sendiri oleh peneliti, melainkan dilakukan oleh orang lain atau lembaga tertentu (Sari & Sudharma,I.N.2017). Data tersebut sangat mendukung permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu data mengenai Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian. Dalam metode ini menggunakan metode pengumpulan data melalui kuesioner dan dokumentasi yang dijelaskan sebagai berikut :

Kuesioner /Angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat alat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Menurut (Sugiyono, 2016) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial.

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun instrument yang dapat berupa pertanyaan. Dalam penelitian ini menggunakan skala likert, maka jawaban responden dapat

diberi skor atau nilai dengan interval 1 sampai dengan 5 skala pengukurannya sebagai berikut :

- a) Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
- b) Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
- c) Skor 3 untuk jawaban Kurang Setuju (KS)
- d) Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
- e) Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS).

G. Teknik Analisa Data

Analisis data diperlukan untuk membuat sebuah keputusan untuk menerima atau menolak hipotesa sebagai bagian dari penelitian ini. Analisis data dalam penelitian ini berbasis perhitungan statistik dengan memanfaatkan Aplikasi SPSS

23 sebagai media perhitungan statistik.

Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen memegang peran penting dalam penelitian kuantitatif karena kualitas data yang digunakan dalam banyak hal ditentukan oleh kualitas instrumen yang dipergunakan.

a Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2016). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 23.

Kriteria dalam pengujian validitas menurut Ghozali (2016) adalah :

Jika r_{hitung} positif $> r_{tabel}$ maka item pertanyaan adalah valid. Jika r_{hitung} negatif $< r_{tabel}$ maka item pertanyaan adalah tidak valid. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk tingkat signifikansi 5 % dari degree of freedom (df) = n-2, dalam hal menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana :

r = nilai koefisien korelasi antar item dan total y = jumlah skor total

(Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi) x = jumlah skor item

(Kemudahan X₁, Kemanfaatan X₂ dan Resiko X₃) n = jumlah

responden

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pernyataan yang diajukan. Hasil r hitung dibandingkan r tabel dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika r hitung $>$ r tabel maka item pernyataan adalah valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel maka item pernyataan adalah tidak valid.

Uji validitas dilakukan terhadap 10 responden diluar penelitian yang sesungguhnya bertujuan untuk menguji kelayakan instrument (alat ukur) penelitian.

Tabel 3.2
Tabel Uji Validitas Data

Variabel	Item/kode	r Hitung	r Tabel	Sig	Keterangan
Kemudahan (X1)	X1.1	0,983	0,230	000	Valid
	X1.2	0,939	0,230	000	Valid

	X1.3	0,934	0,230	000	Valid
	X1.4	0,975	0,230	000	Valid
	X1.5	0,959	0,230	000	Valid
	X1.6	0,954	0,230	000	Valid
Kemanfaatan (X2)	X2.1	0,963	0,230	000	Valid
	X2.2	0,963	0,230	000	Valid
	X2.3	0,963	0,230	000	Valid
	X2.4	0,963	0,230	000	Valid
	X2.5	0,935	0,230	000	Valid
	X2.6	0,808	0,230	005	Valid
Resiko (X3)	X3.1	0,914	0,230	000	Valid
	X3.2	0,964	0,230	000	Valid
	X3.3	0,874	0,230	000	Valid
	X3.4	0,955	0,230	000	Valid
	X3.5	0,955	0,230	000	Valid
	X3.6	0,928	0,230	000	Valid
Minat Konsumen (Y)	X4.1	0,992	0,230	000	Valid
	X4.2	0,992	0,230	000	Valid
	X4.3	0,992	0,230	000	Valid
	X4.4	0,992	0,230	000	Valid
	X4.5	0,992	0,230	000	Valid
	X4.6	0,838	0,230	002	Valid

Sumber : Data yang diolah SPSS 23 (2022)

Berdasarkan Tabel 3.2 diatas yang sudah diolah menggunakan SPSS 23 pada Lampiran 11 halaman 103 diketahui bahwa r hitung berkisar antara 0,808 – 0,992. tampak bahwa r_{hitung} lebih besar bila dibandingkan $r_{tabel} = 0,230$ Sehingga bisa disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan adalah valid **b Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kehandalan kuesioner jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016). Suatu konstruk atau variabel

dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70. Uji reliabilitas menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{k}{k-1} \left[\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] k-1$$

Dimana :

r = Koefisien reliabilitas instrumen (*Cronbach Alpha*)
 k = Banyak butir pertanyaan $\sum \sigma_b^2$ = Total varians butir dan, σ_t^2 = Total varian

Uji realibitas dilakukan terhadap 10 responden diluar penelitian sesungguhnya untuk menguji kelayakan intrumen (alat ukur) penelitian.

Tabel 3.3
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Alpha Pembanding	Keterangan
1	Kemudahan	0,982	0,70	Reliabel
2	Kemanfaatan	0,966	0,70	Reliabel
3	Resiko	0,970	0,70	Reliabel
4	Minat Konsumen	0,984	0,70	Reliabel

Sumber : Data yang diolah SPSS 23 (2022)

Berdasarkan Tabel 3.3 diatas maka dapat dilihat bahwa nilai cronbach alpha > 0,70, yang dapat diartikan bahwa kehandalan kuesioner yang diajukan kepada responden memiliki kekonsistenan dan dinyatakan reliable

H. Analisis Data

1) Uji Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel. Korelasi tidak menunjukkan hubungan fungsional atau dengan kata lain analisis korelasi tidak membedakan antara variabel terikat dengan variabel bebas (Ghozali,2016). Uji korelasi dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 23 Interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel dengan kriteria menurut Sugiyono (2016) sebagai berikut :

Tabel 3.4
Interprestasi Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi	Interprestasinya
0,00 – 0,199	Hubungan korelasi sangat rendah
0,20 – 0,399	Hubungan korelasi rendah
0,40 – 0,599	Hubungan korelasi sedang
0.60 – 0,799	Hubungan korelasi kuat
0,80 – 1,000	Hubungan korelasi sangat kuat

Sumber data: data sekunder,2021

Uji korelasi dalam penelitian ini menggunakan korelasi sederhana dan berganda penjelasannya sebagai berikut :

a. Analisis Korelasi Sederhana

Korelasi sederhana digunakan untuk menguji dua variabel (satu variabel bebas dan satu terikat) apakah ada hubungannya atau tidak. Perhitungan korelasi sederhana dengan menggunakan pogram SPSS 23. Uji korelasi sederhana menggunakan rumus yang dapat dituliskan sebagaiberikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Dimana :

r_{xy} = Nilai koefisien korelasi y = Jumlah skor y (*organizational citizenship behavior*) x = Jumlah skor x (Kemudahan X₁, Kemanfaatan X₂ dan Resiko X₃)

Koefisien korelasi sederhana yang dinyatakan dengan simbol “r”

menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel.

Koefisien korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan antara Kemudahan (X₁), Kemanfaatan (X₂) dan Resiko(X₃) dengan Minat Konsumen Menggunakan Kartu

Brizzi (Y) secara parsial.

b. Analisis Korelasi Berganda

Korelasi berganda digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan secara simultan antara dua atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat, serta untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi.

Uji korelasi berganda menggunakan program SPSS 23 dengan melihat nilai R pada determinasi. Uji korelasi berganda menggunakan rumus yang dapat dituliskan sebagai berikut :

$$R_{y.X_1X_2X_3} = \sqrt{\frac{r^2YX_1 + r^2YX_2 + r^2YX_3 - 2rYX_1YX_2rYX_3 - rX_1X_2X_3}{1 - r^2X_1X_2X_3}}$$

Dimana :

$R_{y.X_1X_2X_3}$ = koefisien korelasi ganda antara variabel X₁, X₂, X₃

Secara bersama-sama dengan variabel Y

r_{yx1} = koefisien korelasi X_1 dengan Y

r_{yx2} = koefisien korelasi X_2 dengan Y

r_{yx3} = koefisien korelasi X_3 dengan Y

r_{x1x2x3} = koefisien korelasi X_1, X_2, X_3

Koefisien korelasi berganda yang dinyatakan dengan simbol “R” menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara Kemudahan, Kemanfaatan,

Resiko dan Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi secara simultan.

2) Analisis Uji Regresi

Regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antar variable bebas dan variabel terikat (Sugiyono,2016).

a. Regresi linier sederhana

Digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Model persamaan regresi linier sederhana dengan rumus menurut Sugiyono (2016) sebagai berikut : $Y' =$

$$a + bx + e$$

Dimana :

Y' = Variabel terikat (Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi Y).

X = Variabel bebas (Kemudahan X_1 , Kemanfaatan X_2 dan

Resiko X_3) a = Bilangan konstanta b = Bilangan regresi e =

Tingkat kesalahan yang ditolelir (*error*)

Jika koefisien b bernilai positif, maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat korelasi positif atau searah. Dengan kata lain, peningkatan atau penurunan variabel bebas diikuti dengan kenaikan atau penurunan variabel terikat. Sedangkan jika koefisien b bernilai negatif, maka menunjukkan arah yang berlawanan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan kata lain, setiap peningkatan variabel bebas akan diikuti dengan penurunan variabel terikat atau sebaliknya.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat (Sugiyono,2016). Model persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 \text{ Dimana}$$

:

Y = Variabel Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi

X_1 = Variabel Kemudahan

X_2 = Variabel

Kemanfaatan X_3 =

Variabel Resiko a =

Bilangan konstanta $b_{1,2,3} =$

Koefisien regresi

Penggunaan analisis ini karena mampu menginterpretasikan dan menjelaskan hubungan linier antara Kemudahan, Kemanfaatan dan Resiko terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi.

3) Analisis Uji R² (koefisien determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2016). Uji determinasi dalam penelitian ini untuk menguji seberapa jauh variabel bebas (Kemudahan, Kemanfaatan dan Resiko) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi) dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23.

Kelemahan mendasar menggunakan koefisien determinasi adalah biasa terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel bebas, maka R Square pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R Square* pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted R Square* dapat naik atau turun apabila satu variabel bebas ditambahkan kedalam model (Ghozali, 2016).

4) Pengujian Hipotesis

Rancangan pengujian hipotesis ini dinilai dengan penetapan hipotesis nol dan hipotesis alternatif, penelitian uji statistik dan perhitungan nilai uji

statistik, perhitungan hipotesis, penetapan tingkat signifikan dan penarikan kesimpulan. Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan Hipotesis alternatif (H_a) menunjukkan adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini secara parsial menggunakan Uji t , sedangkan Pengujian hipotesis dalam penelitian ini secara simultan menggunakan Uji F .

a. Uji t (Pengujian secara Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel bebas (X) yaitu Kemudahan,

Kemanfaatan dan Resiko terhadap variabel terikat (Y) yaitu Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi. apabila nilai signifikansi < 0.05 , atau t hitung $> t$ tabel, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y (Maghfiroh & Djati, 2017).

Menurut Ghozali (2016) uji t digunakan untuk menguji signifikan antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat (Y). Secara grafis uji t parsial disajikan dalam

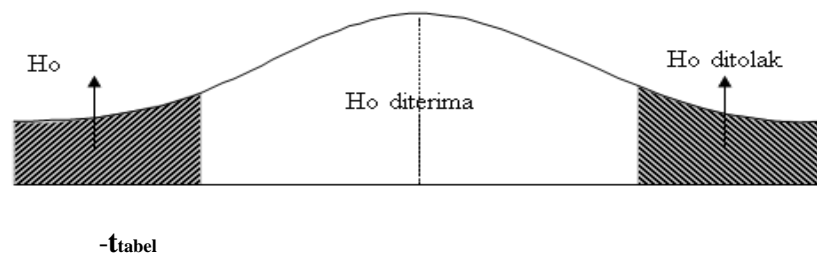
Gambar 3.1. Kriteria dalam pengujian t sebagai berikut:

1) Hipotesis yang diuji dengan taraf nyata 5% (uji dua arah).

- a. $H_0 : \beta_1 \beta_2 \beta_3 = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (Kemudahan, Kemanfaatan dan Resiko) secara parsial terhadap variabel terikat (Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi).

- b. $H_a : \beta_1 \beta_2 \beta_3 \neq 0$ artinya ada pengaruh signifikan antara variabel bebas (Kemudahan, Kemanfaatan dan Resiko) secara parsial terhadap variabel terikat (Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi)
- 2) Menentukan t_{tabel} dengan rumus $df = n-k-1$
- 3) Menentukan t_{hitung} dan tingkat signifikansi 0,05 di peroleh hasil dari pengolahan data melalui SPSS versi 23.
- Dikatakan signifikan jika $< 0,05$ dan dikatakan tidak signifikan jika $> 0,05$
- 4) Membuat kesimpulan

Apabila $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau menerima H_a , artinya ada pengaruh antara variabel bebas (Kemudahan, Kemanfaatan dan Resiko) secara parsial terhadap variabel terikat (Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi), dan apabila $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima atau menolak H_a , artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas (Kemudahan, Kemanfaatan dan Resiko) secara parsial terhadap variabel terikat (Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi).



Gambar 3.1. Uji t Parsial

b. Uji F (Pengujian secara Simultan)

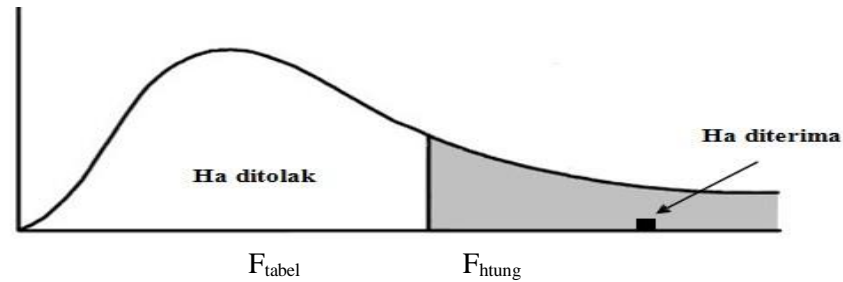
Menurut Ghozali (2016) uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikansi hubungan antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Kurva uji F simultan ini diilustrasikan dalam Gambar 3.2.

Kriteria dalam pengujian F sebagai berikut :

1. Hipotesis yang diuji dengan taraf nyata 5% (uji satu arah)
 - a. $H_0 = \beta_1 \beta_2 \beta_3 = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara antara variabel bebas (Kemudahan, Kemanfaatan dan Resiko) secara simultan terhadap variabel terikat (Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi).
 - b. $H_a = \beta_1 \beta_2 \beta_3 \neq 0$ artinya ada pengaruh signifikan antara variabel bebas (Kemudahan, Kemanfaatan dan Resiko) secara simultan terhadap variabel terikat (Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi).
2. Menentukan F_{tabel} dengan rumus $df = n-k-1$
3. Menentukan F_{hitung} dan tingkat signifikansi 0,05 diperoleh hasil dari pengolahan data melalui program SPSS versi 23. Dikatakan signifikan jika $< 0,05$ dan Dikatakan tidak signifikan jika $> 0,05$
4. Membuat kesimpulan

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima, artinya ada pengaruh antara variabel bebas (Kemudahan, Kemanfaatan dan Resiko) secara simultan terhadap variabel terikat (Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi). Dan

apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas (Kemudahan, Kemanfaatan dan Resiko secara simultan terhadap variabel terikat (Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi)



Gambar 3.2
Uji Simultan

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian

Kemunculan perkembangan transaksi dari pembayaran tunai menuju pembayaran non tunai di kalangan masyarakat telah menjadi *trend* yang tidak dapat dihindari. Bahwasanya kehadiran uang elektronik (*e-money*), yaitu alat pembayaran dengan nilai uang tersimpan secara elektronik pada server ataupun kartu, kini telah menjadi populer di kalangan masyarakat. Adapun alasan yang membuat *e-money* menjadi populer dikarenakan penggunaannya telah gencar digunakan untuk bertransaksi di toko *online* maupun *offline*. Selain itu *e-money*

juga digunakan untuk transaksi pembayaran di *internet* maupun *merchant-merchant* yang sudah bekerjasama dengan bank penerbit kartu *e-money*

Minat masyarakat menggunakan *e-money* juga berdampak pada fasilitas – fasilitas umum seperti pembayaran tol, *commuterline*, trans Jakarta, parkir, dan lain sebagainya. Dibandingkan dengan instrumen pembayaran elektronik lainnya *e-money* memiliki kecepatan, kemudahan, dan efisiensi dalam melakukan transaksi. Jumlah nilai minimum untuk melakukan transaksi pada *e-money* tidak ditentukan, hal ini juga merupakan keunggulan *e-money* dibandingkan dengan *credit card* dan *debit card* yang memiliki jumlah nilai minimum saat bertransaksi. Sehingga pemanfaatannya akan jauh lebih efisien dan dapat menjangkau transaksi - transaksi yang relatif lebih kecil nilainya.

1. Deskripsi Responden

Deskripsi responden penelitian memberi gambaran tentang karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia ,pendidikan dan domisili. Untuk mengetahui gambaran umum responden dan selanjutnya hasil dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

- a) Diskripsi respoden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin Responden Penelitian			
NO	Kategori Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase (%)
1	Laki - laki	54	54%
2	Perempuan	46	46%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah Tahun 2022

Berdasarkan data tabel 4.1 yang dikumpulkan oleh peneliti, telah didapatkan data jumlah responden menurut jenis kelaminnya yaitu 54 orang yang berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 54% dan 46 orang berjenis kelamin perempuan dengan persentase 46%.

b) Diskripsi responden berdasarkan usia

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia Responden			
Latar Belakang Pendidikan Penelitian			
No	Usia	Jumlah	Prosentase (%)
1	24-30	45	45%
2	31-38	55	55%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah Tahun 2022

Berdasarkan data tabel 4.2, didapatkan data jumlah responden menurut usia yaitu berusia 24-30 tahun 45 responden (45%), berusia diantara 31-38 tahun, 55 responden (55%).

c) Diskripsi responden berdasarkan pendidikan

Tabel 4.3
Pendidikan Responden

Latar Belakang Pendidikan Penelitian			
No	Pendidikan	Jumlah	Prosentase (%)
1	D-3	26	26%
2	S-1	75	75%
3	S-2	4	4%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah Tahun 2022

Berdasarkan data tabel 4.3, didapatkan data jumlah responden menurut tingkat pendidikan yaitu D-3 26 responden (26%), S-1 75 responden (75%) dan

S2 4 responden (4%).

1. Hasil Analisis Data

Hasil Analisis Data dibawah ini menggunakan Analisis kuantitatif. adalah suatu analisa yang digunakan untuk menganalisa atau membuktikan keterangan variabel yang dibuktikan dengan pengujian hipotesis secara statistik yang meliputi estimasi dan penguji hipotesis yang berdasarkan suatu data atau sampel.

a. Korelasi Sederhana

Analisa korelasi sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan Kemudahan (X_1), Kemanfaatan (X_2), Resiko (X_3) secara parsial dengan Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi (Y) di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran. Hasil olah data menggunakan SPSS 23 diperoleh sebagai berikut.

Tabel 4.4 Uji Korelasi Sederhana Correlations

		Kemudahan	Kemanfaatan	Resiko	Minat Konsumen
Kemudahan	Pearson Correlation	1	.592**	.544**	.660**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Kemanfaatan	Pearson Correlation	.592**	1	.423**	.599**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000

	N	100	100	100	100
Resiko	Pearson				
	Correlation	.544**	.423**	1	.555**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Minat Konsumen	Pearson				
	Correlation	.660**	.599**	.555**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

1. Variabel Kemudahan (X1) Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi (Y) 0,660. Besaran angka korelasi menunjukkan bahwa korelasi antara variabel Kemudahan (X1), dengan Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi (X1), berada dalam kategori “Kuat“ (Tabel 3.4 hal 41).
2. Variabel Kemanfaatan (X2), Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi (Y) 0.599. Besaran angka korelasi menunjukan bahwa korelasi antara variabel kemanfaatan (X2), dengan Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi (Y), berada dalam kategori “Sedang“ (Tabel 3.4 hal 41).
3. Variabel Resiko (X3), Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi (Y) 0,555. Besaran angka korelasi menunjukan bahwa korelasi antara variabel resiko (X3), dengan Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi (Y), berada dalam kategori “Sedang “ (Tabel 3.4 hal 41).

b. Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan kemudahan (X_1), kemanfaatan (X_2) dan resiko (X_3) secara simultan dengan Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi (Y) PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran”.

Hasil Pengolah data menggunakan SPSS 23 diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Analisis Uji Korelasi Berganda
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.541	.526	1.52508

a. Predictors: (Constant), Resiko, Kemanfaatan, Kemudahan

Berdasarkan data pada tabel 4.5 hasil perhitungan koefisien korelasi berganda diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,735. Hal ini menunjukkan ada hubungan Kuat (Tabel 3.4 hal 41) untuk mempengaruhi antara variabel Kemudahan (X_1), Kemanfaatan (X_2) dan Resiko (X_3) terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi (Y).

c. Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh variabel Kemudahan (X_1), Kemanfaatan (X_2) Resiko (X_3) terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi (Y). Berikut adalah koefisien regresi sederhana yang dihasilkan dari perhitungan dengan menggunakan program SPSS 23:

Tabel 4.6
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Kemudahan
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.005	1.896		4.749	.000
	Kemudahan	.638	.073	.660	8.686	.000

a. Dependent Variable: Minat konsumen

$$Y = 9.005 + 0.638 X_1$$

Berdasarkan model regresi di atas terlihat bahwa koefisien regresi untuk variabel kemudahan sebesar 0.638 dan bertanda positif. Hal ini berarti ada pengaruh antara variabel Kemudahan (X_1) terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi (Y) Jika Kemudahan mengalami kenaikan satu satuan maka Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran. akan meningkat sebesar 0.638 satuan.

Tabel 4.7
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Kemanfaatan
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.595	2.144		4.476	.000
	Kemanfaatan	.622	.084	.599	7.403	.000

a. Dependent Variable: Minat konsumen

$$Y = 9.595 + 0.622 X_2$$

Berdasarkan model regresi di atas terlihat bahwa koefisien regresi untuk variabel Kemanfaatan 0.622 dan bertanda positif. Hal ini berarti ada pengaruh antara variabel kemanfaatan (X_2) terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi (Y) Artinya jika kemanfaatan mengalami kenaikan satu satuan maka Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran akan meningkat sebesar 0.622 satuan.

Tabel 4.8
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Resiko
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	12.380	1.982		6.247	.000
	Resiko	.511	.077	.555	6.604	.000

a. Dependent Variable: Minat konsumen

$$Y = 12.380 + 0.511 X_3$$

Berdasarkan model regresi di atas terlihat bahwa koefisien regresi untuk variabel Resiko sebesar 0.511 dan bertanda positif. Hal ini berarti ada pengaruh antara Resiko (X_3) terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi (Y) Artinya jika Resiko mengalami kenaikan satu satuan maka Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran akan meningkat sebesar 0.511 satuan.

d. Regresi Linier Berganda

Analisa Regresi Linier Berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mencari pengaruh variabel Kemudahan (X_1), Kemanfaatan (X_2), Resiko (X_3) secara simultan dengan Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi (Y) PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran . Berikut adalah koefisien regresi sederhana yang dihasilkan dari perhitungan dengan menggunakan program SPSS 23.

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.325	2.109		1.577	.118
	Kemudahan	.350	.091	.362	3.861	.000
	Kemanfaatan	.295	.090	.284	3.269	.001
	Resiko	.219	.077	.238	2.854	.005

a. Dependent Variable: Minat konsumen

Berdasarkan Tabel 4.10 tersebut maka persamaan regresi linier berganda yang mencerminkan pengaruh antara variabel Kemudahan (X_1), Kemanfaatan (X_2), dan Resiko (X_3) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Maka persamaan diatas dapat disimpulkan :

$$Y = 3.325 + 0,350 X_1 + 0,295 X_2 + 0,219 X_3$$

- 1) Nilai (constant) sebesar 3.325 dapat diartikan bahwa apabila variabel Kemudahan (X_1), Kemanfaatan (X_2) dan Resiko (X_3)

tidak mengalami perubahan Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran akan mengalami perubahan sebesar 3.325

- 2) Nilai koefisien regresi Kemudahan (X1) sebesar 0,350 menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara Kemudahan dengan Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi , hal ini menunjukkan jika variabel Kemudahan naik satu satuan maka Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran akan naik sebesar 0,350 satuan.
- 3) Nilai koefisien regresi Kemanfaatan (X2) sebesar 0,295 menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara Kemanfaatan dengan Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi , hal ini menunjukkan jika variabel Kemanfaatan naik satu satuan maka Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran akan naik sebesar 0,295 satuan.
- 4) Nilai koefisien regresi Resiko (X3) sebesar 0, 219 menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara Resiko dengan Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi , hal ini menunjukkan jika variabel Resiko naik satu satuan Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran akan naik sebesar 0, 219 satuan.

e. Koefisien Determinasi (Adjusted R-Square)

Koefisien determinasi digunakan untuk mencari kontribusi variabel Kemudahan (X_1), Kemanfaatan (X_2), dan Resiko(X_3) secara simultan dengan Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi (Y) Minat Konsumen

Menggunakan Kartu Brizzi . Berikut ini adalah nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) yang dihasilkan dari perhitungan dengan menggunakan program SPSS 23 sebagai berikut :

Tabel 4.10 Hasil koefisien determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.541	.526	1.52508

a. Predictors: (Constant), Resiko, Kemanfaatan, Kemudahan

Berdasarkan pada Tabel 4.11 dapat diketahui besarnya nilai determinasi (Adjusted R Square) hasil hitung nya adalah sebesar 0,526. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Kemudahan (X_1), Kemanfaatan (X_2), dan Resiko (X_3) dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran (Y) sebesar 52% dimana sisanya yaitu sebesar 48% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Uji statistik t digunakan untuk menguji signifikansi secara parsial yaitu masing-masing variabel bebas berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y) pada tingkat signifikansi $\alpha=5\%$. Kriteria uji t adalah membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , dimana t_{hitung} diperoleh dari hasil pengolahan data, sementara t_{tabel} diperoleh dari t_{tabel} dengan ketentuan $df = n - k - 1$ atau $100 - 3 - 1 = 96$ sehingga diketahui t_{tabel} sebesar 1,661. Adapun hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 4.12:

Tabel 4.11 Hasil Uji t (Parsial) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.325	2.109		1.577	.118
	Kemudahan	.350	.091	.362	3.861	.000
	Kemanfaatan	.295	.090	.284	3.269	.001
	Resiko	.219	.077	.238	2.854	.005

a. Dependent Variable: Minat konsumen

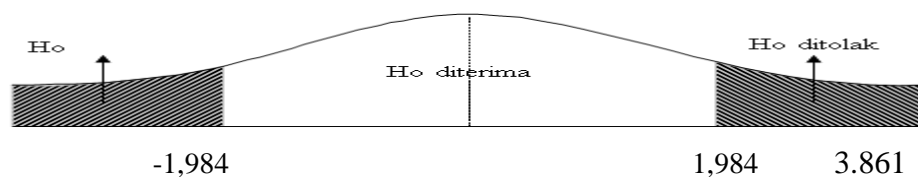
1). Pengujian hipotesis pertama (H1)

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Kemudahan (X1) terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran (Y)

H_a : Ada pengaruh yang signifikan antara Kemudahan(X_1) terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran (Y)

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat bahwa hasil uji variabel Kemudahan (X_1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3.861 yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,984 ($3.861 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05, yang berarti bahwa variabel Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran (Y) atau dapat dikatakan hipotesis pertama (H_a) dalam penelitian ini diterima dan H_0 ditolak.



Gambar 4.1
Kurva Statistik Uji t Hipotesis 1

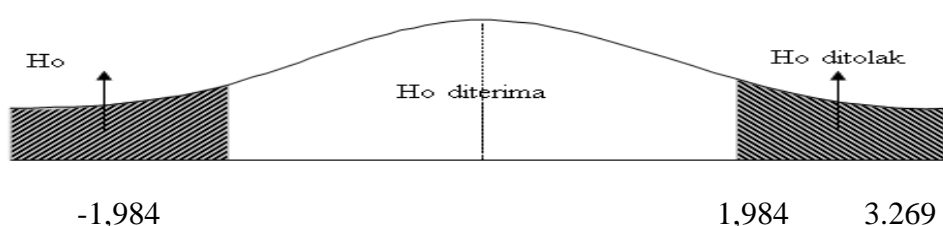
2). Pengujian hipotesis kedua (H_2)

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Kemanfaatan (X_2) terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran (Y)

H_a : Ada pengaruh yang signifikan antara Kemanfaatan (X_2) terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran (Y)

Berdasarkan tabel 4.12 didapatkan hasil bahwa variabel Kemanfaatan (X2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3.269 yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,984 ($3.269 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa variabel Kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran (Y) atau dapat dikatakan hipotesis kedua (H_a) dalam penelitian ini diterima dan (H_0) ditolak.



Gambar 4.2
Kurva Statistik Uji t Hipotesis 2

3). Pengujian hipotesis ketiga(H_3)

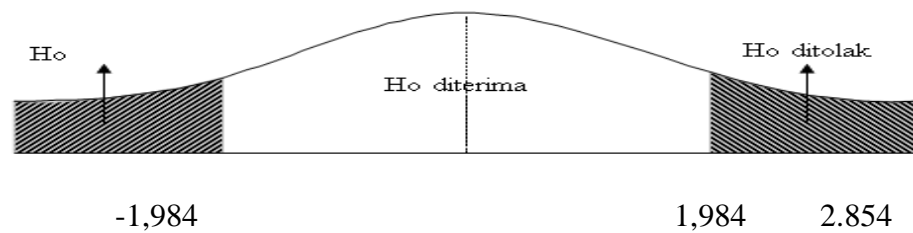
Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Resiko (X3) terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran (Y)

H_a : Ada pengaruh yang signifikan antara Resiko (X3) Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran (Y)

Berdasarkan tabel 4.14 didapatkan hasil bahwa variabel Resiko (X3) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2.854 yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,984 ($2.854 > 1,984$) dan nilai signifikansi

sebesar 0,005 yang kurang dari 0,05, yang berarti bahwa variabel Resiko berpengaruh signifikan terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran (Y) atau dapat dikatakan hipotesis ketiga (H_a) dalam penelitian ini diterima dan (H_0) ditolak.



Gambar 4.3
Kurva Statistik Uji t Hipotesis 3

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas (Kemudahan, Kemanfaatan dan Resiko) terhadap variabel terikat (Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran) secara bersama - sama (simultan), pada tingkat signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan (df) = $k = 3$ dan derajat bebas pembagi (df) = $n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$, sehingga diketahui F tabel sebesar 2.71. Adapun hasil dari pengujian F statistik dengan pengolahan data menggunakan program SPSS dapat dilihat pada Tabel 4.13.

Tabel 4.12 Hasil Uji f
(Simultan)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	262.907	3	87.636	37.679	.000 ^b

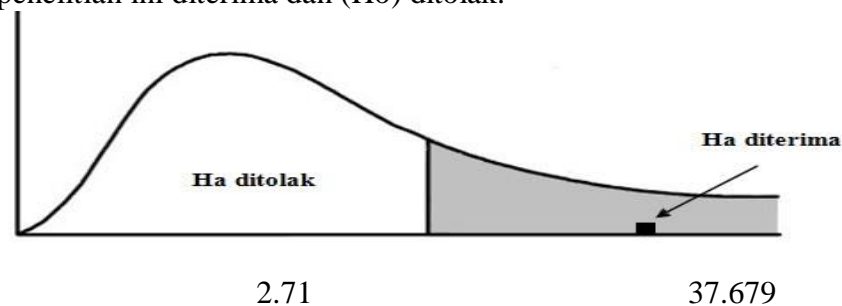
Residual				
Total	223.283	96	2.326	
	486.190	99		

a. Dependent Variable: Minat konsumen

b. Predictors: (Constant), Resiko, Kemanfaatan, Kemudahan

Berdasarkan Tabel 4.13, dapat dilihat bahwa nilai F statistik atau F_{hitung} sebesar 37.679 yang lebih besar daripada F_{tabel} yaitu sebesar 2.71 ($37.679 > 2.71$) dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa variabel Kemudahan, Kemanfaatan dan Resiko secara bersama - sama berpengaruh yang signifikan terhadap Minat

Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran. Dengan demikian hipotesis (H_a) dalam penelitian ini diterima dan (H_o) ditolak.



Gambar 4.5
Test signifikansi simultan F

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dibantu dengan pengolahan data SPSS versi 23 dapat diketahui secara parsial maupun simultan terdapat pengaruh

signifikan antara kemudahan, kemanfaatan dan resiko terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran

Variabel Kemudahan (X1) terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi mempunyai hubungan positif dengan nilai korelasi sebesar 0,660. Nilai tersebut mempunyai tingkat hubungan sedang (tabel 3.4) antara variabel kemudahan terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel interpretasi koefisien korelasi yaitu terletak antara 0,60 – 0,799. Hasil yang positif menunjukkan hubungan yang searah. Nilai koefisien regresi variabel kemudahan 0,660. artinya jika satuan kemudahan meningkat maka

Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi juga meningkat sebesar 0,660. Variabel kemudahan menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar $3.861 > t_{tabel}$ sebesar 1.984 nilai tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$) artinya H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu ada pengaruh yang signifikan antara variabel Kemudahan (X1) terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi. Menurut Jogiyanto (2007) Kemudahan dapat diartikan sebagai suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan tentang tingkat kesulitan yang didapat dalam suatu hal. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Peneliti ini didukung dengan peneliti sebelumnya yang dilakukan Cahaya Agung Purnama (2017) mengatakan bahwa variabel Kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi .

Variabel Kemanfaatan (X2) menunjukkan nilai korelasi sederhana kemanfaatan terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi mempunyai hubungan positif dengan nilai korelasi sebesar 0,599. Nilai tersebut mempunyai

tingkat hubungan korelasi sedang (tabel 3.4 hal 53) antara variabel Kemanfaatan terhadap minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel interpretasi koefisien korelasi yaitu terletak antara 0,40 – 0,599. Hasil yang positif menunjukkan hubungan yang searah. Nilai koefisien regresi variabel kemanfaatan sebesar 0,599. artinya jika satuan kemanfaatan meningkat maka Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi juga meningkat sebesar 0,599. Variabel kemanfaatan menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar $3.269 > t_{tabel}$ sebesar 1.984 nilai tingkat signifikansi sebesar $(0,001 < 0,05)$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu ada pengaruh yang signifikan antara variabel Kemanfaatan (X2) terhadap Minat

Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi. Kemanfaatan (*perceived usefulness*) adalah seberapa jauh seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989 dalam jogiyanto, 2008). Peneliti ini didukung dengan peneliti sebelumnya yang dilakukan Erriyanto Hidayat (2015) mengatakan bahwa variabel kemanfaatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi .

Variabel Resiko (X3) menunjukkan nilai korelasi sederhana kemanfaatan terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi mempunyai hubungan positif dengan nilai korelasi sebesar 0,555. Nilai tersebut mempunyai tingkat hubungan korelasi kuat (tabel 3.4 hal 53) antara variabel resiko terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel interpretasi koefisien korelasi yaitu terletak antara 0,40 – 0,599. Hasil yang positif

menunjukkan hubungan yang searah. Nilai koefisien regresi variabel resiko sebesar

0,555. artinya jika satuan resiko meningkat maka Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi juga meningkat sebesar 0,555. Variabel resiko menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar $2.854 > t_{tabel}$ sebesar 1.984 nilai tingkat signifikan sebesar $(0,005 < 0,05)$) artinya H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu ada pengaruh yang signifikan antara variabel Resiko (X3) terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi .Menurut Joan Magretta (2014), Resiko merupakan proses kerja tanpa henti terhadap kemampuan suatu perusahaan untuk mencari dan mempertahankan sebuah keunggulan. Peneliti ini didukung dengan peneliti sebelumnya yang dilakukan.Amilia Hidayanti (2015) mengatakan bahwa variabel resiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi .

Berdasarkan penelitian mengenai kemudahan (X1), kemanfaatan (X2), dan resiko (X3) secara bersama-sama terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran F_{hitung} sebesar 37.679 yang lebih besar daripada F_{tabel} yaitu sebesar 2.71 (tabel distribusi F_{tabel}). Dari hasil tersebut F_{hitung} ($37.679 > F_{tabel}$ (2.71) nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ artinya kemudahan (X1), kemanfaatan (X2), dan resiko (X3) secara bersamasama berpengaruh terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran. Hasil uji koefisien determinasi (Adj R) sebesar 0,536 Nilai tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel terikat sebesar

52% dimana sisanya yaitu sebesar 48% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh kemudahan, kemanfaatan, dan resiko terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemudahan mempunyai hubungan dengan Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,660 yang termasuk dalam kategori kuat.

Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,638, nilai t_{hitung} sebesar 3.861 yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.984 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < \text{ taraf signifikansi } 0,05$. Artinya kemudahan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran serta semakin meningkatnya kemudahan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran maka Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi akan meningkat.

2. Kemanfaatan mempunyai hubungan dengan Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,599 yang termasuk dalam kategori sedang.

Kemanfaatan berpengaruh terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,622 nilai t_{hitung} sebesar 3.269 yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.984 dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < \text{taraf signifikansi } 0,05$. Artinya kemanfaatan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran serta semakin meningkatnya kemanfaatan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran maka Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi akan meningkat.

3. Resiko mempunyai hubungan Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,555 yang termasuk dalam kategori sedang. Resiko berpengaruh terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,511, nilai t_{hitung} sebesar 2.851 yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.984 dan nilai signifikansi sebesar $0,005 < \text{taraf signifikansi } 0,05$. Artinya resiko mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran serta semakin meningkatnya resiko pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran maka Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi akan meningkat.

4. Kemudahan, kemanfaatan, dan resiko secara bersama-sama berpengaruh signifikan Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} 39.052 lebih besar dari pada F_{tabel} 2,71 ($39.052 > 2.71$) dengan signifikan sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).
5. Hasil pengujian nilai koefisien determinasi (Adj. R2) adalah sebesar 0,526. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Kemudahan (X_1), Kemanfaatan (X_2), dan Resiko (X_3) dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi (Y) sebesar 52% dimana sisanya yaitu sebesar 48% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

B. Saran

Penelitian ini menunjukkan Kemudahan (X_1), Kemanfaatan (X_2) dan Resiko (X_3) berpengaruh terhadap variabel Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran. Saran yang dapat diberikan peneliti sebagai berikut :

1. Bagi pemilik, untuk meningkatkan minat konsumen maka harus memperhatikan variabel-variabel yang mempengaruhinya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan *marketing mix* menggunakan variabel Kemudahan (X_1), Kemanfaatan (X_2) dan Resiko (X_3) berpengaruh terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran.

2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian lebih dalam dan luas mengenai permasalahan pemahaman pengaruh *marketing mix* untuk meningkatkan Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi. Dengan menggunakan metode analisa yang berbeda, dan menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Ungaran..
3. Untuk pengembangan ilmu pengetahuan diharapkan para pembaca lebih memahami secara spesifik tentang *marketing mix* dan Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi dalam berbagai jurnal, artikel, maupun buku buku penunjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barus, Sarjana. 2008. *Analisis Sikap dan Minat Konsumen dalam Membeli BuahBuahan Di Carefour, Plaza Medan Fairdan Supermarket Brastagi, Medan*. Medan : Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara.
- Dwityanti, Esthi. 2008. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri*. Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana.
- Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate: Dengan Program IBM SPSS23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ferry, Setyo,dkk.2015.*Persepsi Kemudahan*
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Cetakan Ketiga. Alfabeta. Bandung
- Husain, Umar. 2003. *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Cetakan ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka utama.
- Jatmiko, 2013 : 9. *Karakteristik e-money* : Jakarta
- Jatmiko. 2013. *Analisa Tingkat Penerimaan Konsumen Terhadap Penggunaan Electronic Money (Studi kasus E-Toll Card Bank Mandiri)*. Skripsi. Depok: Universitas Indonesia Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen.
- Jogiyanto.2008. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gery. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I (edisi ke-12)*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Marketing Management*. Edisi Tiga belas. Erlangga
- Lestari ,Sri. 2008. *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio Di Kota Surakarta*. Tesis. Surakarta : Universitas Sebelas Maret Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana.
- McLeod, Raymond dan Schell, George P. 2009. *Sistem Informasi Manajemen*.

- Edisi Sepuluh. Jakarta : Salemba Empat.
Media, Malang.
- Peraturan Bank Indonesia No.7/52/PBI/2005.Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran Dengan Menggunakan Kartu : Jakarta
- Purnama, Cahaya Agung. 2012. Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan Dan Harga Terhadap Minat Beli E-Toll Card Bank Mandiri (Studi Kasus pada Pengguna Jalan Tol di Kota Semarang). Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Rajab, Muhammad Basra. 2014. Pengaruh Buzz Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kees Cake Makassar. Skripsi. Makassar : Universitas Hasanuddin Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Rangkuti, Freddy. 2007. Riset Pemasaran. Cetakan Kedelapan. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sarasdewi P , Yeriana. 2010. Sikap Dan Minat Konsumen Pasar Swalayan Terhadap Produk Teh Di Surakarta. Skripsi. Surakarta : Universitas Sebelas Maret Fakultas Pertanian. 57
- Sari & Suhdarma, I., N. (2017). Pengaruh Kompensasi, Gaya Kepemimpinan Transformasional Dan Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Tenaga Kesehatan BRSU Tabanan.E-Jurnal Manajemen,6(7), 3878-3905
- Setiadi, Nugroho J . 2008. Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Cetakan ketiga. Kencana : Jakarta
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D (2013th Ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Cetakan Pertama. Jakarta
- Syamsumarli, Pratiwi. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Speedy Di Makassar. Skripsi. Makassar: Universitas Hasanuddin Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen.

Taurusia, Yohana Agnes. 2011. Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Online Shopping. Skripsi. Yogyakarta : Universitas Atma Jaya Fakultas Ekonomi Pada Program Studi Manajemen.

Tjiptono, Fandy. 2005. Pemasaran Jasa, edisi pertama, cetakan pertama, Bayu
Wibowo, dkk. 2015. Penggunaan E- Money

LAMPIRAN 1

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI
KEMANFAATAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT
KONSUMEN MENGGUNAKAN KARTU BRIZZI PT. BANK RAKYAT
INDONESIA (PERSERO), Tbk. DI UNGARAN**

Ungaran,2022

Yth.

Nasabah Bank BRI/Responden yang terhormat,

Dengan hormat,

Dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Universitas Darul Ulum Islamic Centre Ungaran GUPPI (UNDARIS), maka saya :

Nama : Megananda Harits Samudra

NIM : 16510017

Prodi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAATAN DAN
RISIKO TERHADAP MINAT KONSUMEN MENGGUNAKAN KARTU
BRIZZI PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), Tbk. DI
UNGARAN**

Kuesioner ini diajukan untuk nasabah yang menggunakan kartu BRIZZI. Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini sehingga dapat membantu melengkapi data yang saya perlukan.

Atas bantuan dan kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

A. IDENTITAS RESPONDEN

- 1. Nama : (boleh disis atau tidak)
- 2. Usia :
- 3. Jenis Kelamin : 4. Pendidikan Terakhir :

B. PERTANYAAN PENELITIAN

Beri jawaban atas pertanyaan berikut ini sesuai dengan pendapat anda, dengan cara memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia.

Keterangan:

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- KS : Kurang Setuju
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat tidak setuju

1. Kemudahan (X₁)

No.	Pertanyaan	Skor Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Saya rasa Secara keseluruhan menggunakan layanan kartu BRIZZI membuat pekerjaan menjadi lebih mudah sesuai dengan keinginan saya.					
2.	Saya merasa kartu BRIZZI Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan mudah dioperasikan/digunakan.					
3.	Saya dapat menggunakan kartu BRIZZI untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan tanpa halangan yang berarti					

4.	Menurut Saya menggunakan layanan kartu BRIZZI untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan tanpa bantuan dari orang lain.					
5.	Menurut Saya langsung dapat menggunakan kartu BRIZZI untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan dengan baik saat pertama kali mengaksesnya.					
6.	Apakah kemampuan dalam menggunakan layanan kartu BRIZZI untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan					

2. Kemanfaatan (X₂)

No.	Pertanyaan	Skor Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Kartu BRIZZI akan membuat kinerja saya lebih baik dari hari ke hari.					
2.	Penggunaan kartu BRIZZI mampu meningkatkan kualitas hasil pekerjaan saya					
3.	Penggunaan kartu BRIZZI memungkinkan saya untuk mengerjakan tugas-tugas saya lebih efektif.					
4.	Penggunaan kartu BRIZZI memungkinkan saya untuk mengerjakan tugas saya dengan lebih praktis dan efisien					
5.	Penggunaan kartu BRIZZI memberikan manfaat pada pekerjaan saya.					
6.	Penggunaan kartu BRIZZI menguntungkan bagi saya.					

3. Resiko (X₃)

No .	Pertanyaan	Skor Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1

1.	Ada risiko tertentu yang harus saya tanggung dalam melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan layanan kartu BRIZZI untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan.					
2.	Bertransaksi menggunakan kartu BRIZZI memiliki risiko yang tinggi.					
3.	Bertransaksi menggunakan kartu BRIZZI Ponsel tidak dapat terhindar dari resiko.					
4.	Saya mengalami kerugian jika bertransaksi menggunakan kartu BRIZZI untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan					
5.	Saya merasa keputusan untuk melakukan transaksi yang melibatkan jasa perbankan menggunakan layanan kartu BRIZZI berisiko.					
6.	Saya merasa terlalu banyak ketidakpastian seandainya memberikan informasi..					

4. Minat Konsumen (Y)

No.	Pertanyaan	Skor Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Saya berniat untuk menggunakan layanan kartu BRIZZI di sela-sela waktu melasakan pekerjaan ataupun disaat saya senggang.					
2.	Secara umum saya berminat menggunakan layanan kartu BRIZZI saat bertransaksi.					
3.	Saya tertarik untuk menggunakan layanan kartu BRIZZI setiap waktu.					
4.	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan layanan kartu BRIZZI di masa yang akan datang.					
5.	Saya berminat menggunakan layanan kartu BRIZZI karena mendapatkan rekomendasi dari rekan-rekan saya.					
6.	Saya tertarik pada layanan kartu BRIZZI yang di tawarkan oleh bank BRI					

LAMPIRAN 2 Identitas Responden

No	Kode	Jenis Kelamin	Pendidikan	Umur
1	R01	Laki-Laki	S-1	30
2	R02	Laki-Laki	S-1	30
3	R03	Perempuan	S-1	35
4	R04	Laki-Laki	S-1	34
5	R05	Perempuan	S1	28
6	R06	Laki-Laki	s-1	27
7	R07	Laki-Laki	S-1	39
8	R08	Laki-Laki	S1	33
9	R09	Perempuan	S1	28
10	R10	Laki-Laki	S1	28
11	R11	Perempuan	S1	27
12	R12	Laki-Laki	D-3	29
13	R13	Laki-Laki	S1	34
14	R14	Laki-Laki	S1	36
15	R15	Laki-Laki	S1	27
16	R16	Laki-Laki	S1	32
17	R17	Laki-Laki	S1	31
18	R18	LAKI-LAKI	D-3	35
19	R19	Laki-Laki	S1	24
20	R20	Perempuan	D-3	31
21	R21	Laki-Laki	S2	29
22	R22	Perempuan	S1	33
23	R23	Laki-Laki	S2	30
24	R24	Perempuan	S1	24
25	R25	Laki-Laki	D-3	29
26	R26	Laki-Laki	S1	33
27	R27	Laki-Laki	D-3	30
28	R28	Laki-Laki	S1	42
29	R29	Laki-Laki	S1	29
30	R30	Laki-Laki	S1	25

31	R31	Perempuan	S2	26
32	R32	Perempuan	S1	30
33	R33	Laki-Laki	S1	31

34	R34	Perempuan	S1	25
35	R35	Perempuan	D-3	26
36	R36	Laki-Laki	S1	25
37	R37	Perempuan	S1	32
38	R38	Laki-Laki	S1	28
39	R39	Laki-Laki	S1	26
40	R40	Perempuan	D-3	31
41	R41	Perempuan	S1	27
42	R42	Laki-Laki	S1	36
43	R43	Perempuan	S1	36
44	R44	Perempuan	S1	29
45	R45	Laki-Laki	D-3	32
46	R46	Laki-Laki	S1	28
47	R47	Perempuan	S1	34
48	R48	Perempuan	D-3	28
49	R49	Laki-Laki	D-3	28
50	R50	Perempuan	S1	32
51	R51	Perempuan	S1	30
52	R52	Perempuan	D-3	29
53	R53	Laki-Laki	S1	34
54	R54	Perempuan	S1	35
55	R55	Laki-Laki	S1	30
56	R56	Laki-Laki	D-3	32
57	R57	Perempuan	D-3	29
58	R58	Perempuan	S1	30
59	R59	Laki-Laki	S1	27
60	R60	Perempuan	S1	31
61	R61	Perempuan	D-3	30
62	R62	Perempuan	D-3	29
63	R63	Perempuan	S1	29
64	R64	Laki-Laki	S1	27

65	R65	Perempuan	S1	28
66	R66	Laki-Laki	D-3	31
67	R67	Laki-Laki	S1	26
68	R68	Laki-Laki	S1	36
69	R69	Perempuan	S1	29
70	R70	Perempuan	S1	29
71	R71	Perempuan	S1	30
72	R72	Perempuan	S1	28
73	R73	Perempuan	S1	31
74	R74	Laki-Laki	S1	38
75	R75	Laki-Laki	S1	29
76	R76	Perempuan	S1	36
77	R77	Laki-Laki	S1	34
78	R78	Perempuan	S1	32
79	R79	Perempuan	D-3	26
80	R80	Perempuan	D-3	28
81	R81	Perempuan	S1	32
82	R82	Laki-Laki	S1	30
83	R83	Perempuan	S1	27
84	R84	Perempuan	S1	27
85	R85	Perempuan	S1	33
86	R86	Laki-Laki	S1	36
87	R87	Laki-Laki	D-3	28
88	R88	Laki-Laki	S1	34
89	R89	Laki-Laki	S1	36
90	R90	Laki-Laki	S1	34
91	R91	Laki-Laki	S2	34
92	R92	Laki-Laki	S1	32
93	R93	Perempuan	S1	34
94	R94	Laki-Laki	D-3	32
95	R95	Perempuan	D-3	32
96	R96	Perempuan	S1	29
97	R97	Laki-Laki	S1	28
98	R98	Perempuan	S1	30
99	R99	Laki-Laki	S1	36

100	R100	Laki-Laki	S1	35
-----	------	-----------	----	----

LAMPIRAN 3

Tabulasi Data Uji Coba 10 Responden

Kemudahan X1							
NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total
1	5	4	5	5	5	5	29
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	4	5	4	4	5	27
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	5	5	5	29
6	5	5	5	5	4	4	28
7	5	5	5	5	5	5	30
8	5	5	5	5	5	5	30
9	2	2	2	2	2	2	12
10	5	5	5	5	5	5	30
Kemudahan X2							
NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
1	5	5	5	5	3	2	25
2	5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	4	29
7	4	4	4	4	4	4	24
8	5	5	5	5	5	5	30
9	2	2	2	2	2	2	12
10	5	5	5	5	5	5	30
Resiko X3							
NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total

1	4	5	5	5	5	4	28
2	3	3	3	3	3	3	18
3	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	4	5	5	5	29
7	5	5	5	4	4	4	27
8	5	5	5	5	5	5	30
9	5	5	5	5	5	5	30
10	5	5	5	5	5	5	30
Minat Konsumen Y							
NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total
1	5	5	5	5	5	5	30
2	4	4	4	4	4	4	24
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	4	29
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	5	30
8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	5	5	5	5	5	30
10	5	5	5	5	5	5	30

LAMPIRAN 4

Tabulasi data 100 Responden

Kemudahan X1							
NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
1	4	4	2	4	2	4	20
2	5	5	4	4	4	5	27
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	3	5	3	5	26
5	4	4	4	4	4	4	24

6	5	4	3	3	4	5	24
7	3	3	5	5	4	5	25
8	4	4	2	5	5	4	24
9	5	3	5	5	4	3	25
10	5	5	4	4	2	2	22
11	5	2	4	5	5	5	26
12	4	4	5	5	2	4	24
13	4	4	4	5	5	5	27
14	5	5	5	5	3	5	28
15	4	4	4	3	5	4	24
16	5	3	5	5	3	5	26
17	3	4	5	5	5	5	27
18	5	5	5	4	4	5	28
19	4	5	5	5	5	5	29
20	5	5	4	5	5	5	29
21	5	5	3	5	4	5	27

22	5	5	5	5	3	5	28
23	4	4	5	4	4	5	26
24	5	5	5	5	3	4	27
25	4	4	5	5	4	4	26
26	4	4	5	4	5	5	27
27	5	5	5	5	3	3	26
28	5	5	5	5	5	4	29
29	3	3	5	5	5	5	26
30	3	3	5	5	5	5	26
31	5	5	5	5	1	2	23
32	5	4	4	4	3	4	24
33	4	4	5	5	5	4	27
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	4	5	5	4	4	26
36	5	5	5	5	2	2	24
37	5	2	5	5	2	5	24
38	5	5	5	4	2	3	24
39	5	5	5	4	3	2	24

40	5	5	5	5	3	3	26
41	5	4	4	4	2	5	24
42	3	3	5	5	5	3	24
43	5	5	4	4	5	4	27
44	5	5	5	5	3	3	26
45	4	5	4	5	4	5	27
46	5	4	5	4	4	4	26
47	5	5	5	5	5	4	29
48	5	5	5	3	4	4	26
49	4	4	4	4	5	5	26
50	5	5	2	3	3	5	23
51	5	5	5	2	3	4	24
52	5	5	5	4	3	5	27
53	5	5	5	5	5	5	30
54	5	4	4	5	5	3	26
55	5	5	5	3	3	3	24
56	5	5	5	3	3	3	24
57	5	4	4	5	4	4	26
58	5	4	3	5	5	5	27
59	5	5	5	5	3	5	28
60	3	5	5	5	5	5	28

61	5	5	4	5	4	3	26
62	4	5	5	5	2	2	23
63	5	5	4	4	4	5	27
64	5	5	5	5	4	2	26
65	5	5	5	4	4	3	26
66	4	4	4	4	5	5	26
67	5	5	4	3	3	5	25
68	5	5	5	5	2	3	25
69	5	5	3	5	3	5	26
70	5	5	5	5	4	3	27
71	5	5	5	5	5	5	30
72	5	5	5	5	3	3	26
73	5	5	5	4	3	5	27

74	5	5	5	5	4	5	29
75	5	5	5	5	5	5	30
76	4	3	5	5	5	3	25
77	5	4	4	4	3	4	24
78	3	3	3	4	4	5	22
79	5	5	2	2	3	2	19
80	3	4	2	2	4	4	19
81	5	4	5	2	2	5	23
82	5	5	5	5	3	5	28
83	5	5	5	5	4	2	26
84	4	3	5	5	2	4	23
85	5	5	5	5	3	3	26
86	5	5	2	5	5	5	27
87	5	5	5	5	2	2	24
88	4	4	5	5	2	3	23
89	5	5	5	3	2	4	24
90	5	5	4	3	3	3	23
91	3	3	4	4	5	5	24
92	5	5	5	2	3	3	23
93	5	5	5	5	5	4	29
94	5	5	5	5	5	4	29
95	4	5	5	5	4	5	28
96	5	3	3	5	4	5	25
97	4	4	4	4	4	3	23
98	4	5	4	5	5	5	28
99	5	5	5	3	3	5	26

100	4	4	2	4	5	4	23
Kemanfaatan X2							
NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
1	4	5	2	5	2	2	20
2	5	4	5	4	5	3	26
3	5	5	5	5	4	2	26
4	4	4	5	5	4	4	26
5	3	3	3	5	5	5	24

6	5	5	5	3	3	3	24
7	5	4	5	3	3	4	24
8	5	4	3	4	3	5	24
9	4	3	4	5	4	5	25
10	5	5	3	3	3	3	22
11	4	4	4	4	5	5	26
12	5	5	4	4	4	4	26
13	5	5	5	3	4	5	27
14	5	5	5	4	4	5	28
15	5	5	5	5	3	3	26
16	5	5	5	4	2	5	26
17	5	5	4	4	3	3	24
18	5	5	5	2	3	4	24
19	5	5	5	3	4	4	26
20	5	4	4	4	4	3	24
21	5	5	5	3	3	3	24
22	5	5	5	4	3	5	27
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	4	3	5	5	5	26
25	4	4	3	4	5	4	24
26	4	4	3	5	3	5	24
27	3	3	3	5	5	5	24
28	4	4	2	4	5	5	24
29	5	5	5	5	3	2	25
30	4	4	4	4	3	3	22
31	5	3	3	5	5	5	26
32	5	3	5	5	4	4	26
33	5	5	4	5	4	4	27
34	5	4	5	5	5	4	28
35	5	5	5	3	4	4	26
36	5	4	4	5	5	3	26

37	4	4	4	5	5	5	27
38	4	5	5	5	4	5	28
39	5	4	5	5	4	5	28

40	3	4	4	5	5	5	26
41	5	4	4	3	3	4	23
42	5	5	5	5	3	4	27
43	4	4	4	4	5	5	26
44	5	5	5	3	3	3	24
45	4	4	4	4	3	5	24
46	3	5	4	4	4	4	24
47	5	5	5	5	2	2	24
48	5	5	5	5	2	3	25
49	5	5	5	2	2	3	22
50	5	5	5	5	3	3	26
51	5	5	5	5	3	3	26
52	5	5	5	4	3	5	27
53	3	5	5	5	5	5	28
54	4	5	5	5	3	4	26
55	5	5	5	3	3	5	26
56	4	4	4	5	5	5	27
57	4	4	4	5	5	5	27
58	4	4	5	5	5	4	27
59	4	5	4	5	3	5	26
60	5	5	5	3	3	3	24
61	4	5	4	5	4	4	26
62	5	5	5	5	2	4	26
63	5	5	4	4	4	3	25
64	4	4	4	4	5	5	26
65	5	5	5	2	4	5	26
66	5	5	5	5	5	5	30
67	4	4	4	4	4	5	25
68	5	5	5	4	3	5	27
69	4	4	4	4	5	5	26
70	4	4	5	4	5	5	27
71	5	5	5	5	5	5	30
72	5	5	5	4	2	5	26
73	5	5	5	5	5	2	27

74	5	5	5	5	5	4	29
75	5	5	5	5	5	5	30

76	5	5	5	5	2	3	25
77	5	5	5	5	2	2	24
78	5	5	5	2	2	3	22
79	4	4	5	2	2	2	19
80	4	3	3	3	4	2	19
81	5	4	3	4	3	4	23
82	5	5	5	3	4	5	27
83	4	4	5	5	5	3	26
84	3	4	4	5	4	3	23
85	4	4	4	5	5	4	26
86	5	5	5	5	2	5	27
87	4	4	4	4	5	3	24
88	5	5	5	5	2	2	24
89	5	5	5	5	2	2	24
90	5	4	5	4	3	2	23
91	5	3	4	4	3	5	24
92	5	5	3	4	3	5	25
93	4	5	5	5	5	5	29
94	5	5	5	5	5	4	29
95	4	3	4	5	5	5	26
96	5	5	5	3	3	4	25
97	5	4	5	3	3	3	23
98	4	5	4	5	5	5	28
99	5	5	5	5	2	2	24
100	3	5	3	4	3	5	23

Resiko X3

NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL
1	5	5	3	4	4	5	26
2	5	5	5	3	3	5	26
3	5	4	4	5	4	3	25
4	4	4	4	4	4	5	25
5	4	4	4	4	5	5	26

6	5	5	5	5	4	3	27
7	5	5	5	5	5	5	30
8	5	4	3	5	4	5	26
9	5	5	5	5	3	4	27
10	5	5	5	5	5	4	29
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	3	5	5	3	4	25

13	4	5	5	4	3	3	24
14	5	2	5	2	5	3	22
15	4	4	5	4	1	1	19
16	5	5	5	2	1	1	19
17	5	5	5	1	5	2	23
18	5	5	5	3	5	5	28
19	5	5	5	5	5	4	29
20	5	5	5	5	5	2	27
21	5	5	5	5	5	2	27
22	5	5	5	5	3	5	28
23	5	5	5	5	3	3	26
24	5	5	5	5	4	3	27
25	5	5	5	5	2	4	26
26	5	4	5	5	5	3	27
27	5	5	5	4	2	5	26
28	5	5	5	5	5	4	29
29	5	5	5	3	4	4	26
30	5	5	4	5	3	4	26
31	5	5	5	5	1	2	23
32	4	4	5	5	4	5	27
33	4	4	4	5	5	4	26
34	2	4	5	5	5	5	26
35	4	4	4	4	5	5	26
36	5	5	5	3	3	4	25
37	5	5	5	5	3	3	26
38	3	3	5	5	5	3	24
39	5	5	5	5	2	2	24

40	5	5	5	5	2	4	26
41	5	5	4	5	2	3	24
42	3	3	4	4	5	5	24
43	3	5	5	5	4	5	27
44	5	5	5	5	5	5	30
45	5	5	5	5	3	3	26
46	4	5	5	4	2	4	24
47	3	5	5	4	2	5	24
48	5	5	5	3	2	4	24
49	5	5	5	5	2	2	24
50	5	5	5	2	3	5	25
51	4	5	3	3	3	4	22

52	4	5	4	4	5	4	26
53	5	5	5	5	3	3	26
54	5	5	5	5	3	3	26
55	4	5	4	5	4	3	25
56	5	5	5	4	3	2	24
57	5	5	5	4	5	3	27
58	5	4	5	5	3	5	27
59	5	5	5	5	3	3	26
60	5	5	5	2	3	4	24
61	5	5	5	2	4	5	26
62	4	5	5	4	4	4	26
63	4	5	4	4	5	4	26
64	4	5	5	4	2	4	24
65	4	4	5	4	5	4	26
66	5	5	5	5	5	5	30
67	4	5	5	5	3	3	25
68	4	4	4	5	5	5	27
69	3	3	5	5	5	5	26
70	5	5	5	4	3	5	27
71	5	5	5	5	5	5	30
72	5	5	5	5	3	3	26
73	5	5	5	5	2	5	27

74	5	5	5	5	5	4	29
75	5	5	5	5	5	5	30
76	5	5	5	3	3	4	25
77	5	5	5	3	3	3	24
78	5	5	5	5	1	1	22
79	4	1	5	5	2	2	19
80	5	5	2	2	2	3	19
81	4	4	4	4	4	3	23
82	4	5	5	5	5	4	28
83	3	3	5	5	5	5	26
84	4	4	4	4	4	3	23
85	5	5	5	3	4	4	26
86	5	5	5	5	3	4	27
87	5	5	4	5	4	1	24
88	5	5	5	4	1	4	24
89	5	5	5	1	4	1	21
90	5	5	5	4	2	2	23

91	4	4	4	4	3	5	24
92	5	5	3	3	3	4	23
93	5	5	5	4	3	5	27
94	4	4	5	5	5	4	27
95	4	4	5	5	5	5	28
96	5	5	4	4	2	5	25
97	5	5	2	2	2	5	21
98	5	5	5	5	5	3	28
99	5	4	4	4	4	4	25
100	5	5	3	3	3	4	23

Minat Konsumen Y

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total
1	5	4	5	5	2	3	24
2	4	4	4	5	5	5	27
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	4	2	5	26
5	4	5	5	4	3	3	24

6	5	5	5	2	2	5	24
7	4	4	5	4	3	4	24
8	5	5	5	4	2	3	24
9	4	4	4	4	5	5	26
10	5	4	5	5	2	3	24
11	5	5	5	5	2	2	24
12	5	5	5	5	3	4	27
13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	5	5	3	3	26
15	5	4	5	2	4	4	24
16	5	4	4	5	2	4	24
17	5	4	5	3	3	4	24
18	3	4	5	5	5	2	24
19	5	5	5	5	2	3	25
20	5	5	5	1	1	5	22
21	4	5	4	5	5	3	26
22	4	3	5	5	4	5	26
23	4	4	4	5	5	5	27
24	5	5	5	5	5	3	28
25	4	3	4	5	5	5	26
26	5	5	5	3	3	5	26
27	5	4	5	4	4	5	27

28	5	5	5	5	3	5	28
29	5	5	4	5	5	4	28
30	5	5	5	5	3	3	26
31	5	5	5	3	2	3	23
32	5	5	5	5	5	2	27
33	2	5	5	5	4	5	26
34	5	5	5	5	4	2	26
35	5	5	5	5	3	3	26
36	5	5	5	5	3	2	25
37	5	5	5	5	2	2	24
38	4	4	4	4	5	4	25
39	5	5	5	5	2	2	24

40	5	5	5	2	3	5	25
41	5	5	5	5	4	1	25
42	4	4	4	4	4	2	22
43	4	3	5	4	2	2	20
44	5	5	5	5	3	3	26
45	5	5	5	4	4	3	26
46	5	5	5	5	5	2	27
47	5	5	5	5	4	4	28
48	5	5	5	5	5	3	28
49	5	5	5	3	3	5	26
50	5	5	5	2	3	3	23
51	4	4	5	4	5	5	27
52	4	5	5	3	4	5	26
53	5	4	5	4	5	3	26
54	5	5	5	5	3	3	26
55	5	5	5	3	5	3	26
56	5	5	5	3	3	3	24
57	5	5	5	4	3	5	27
58	5	5	5	5	3	4	27
59	5	5	5	3	5	3	26
60	5	5	5	3	3	3	24
61	5	5	5	2	4	5	26
62	5	5	5	5	2	4	26
63	5	5	5	5	3	3	26
64	5	4	5	5	3	2	24
65	5	5	5	5	3	3	26
66	5	5	5	5	5	5	30
67	5	5	5	3	4	3	25
68	5	4	5	4	5	4	27
69	5	5	5	5	2	4	26
70	5	4	4	4	5	5	27
71	5	5	5	5	5	5	30
72	4	4	4	4	5	5	26
73	4	4	4	5	5	5	27

74	5	5	5	5	4	5	29
75	5	5	5	5	5	5	30
76	3	3	5	5	5	4	25
77	5	5	2	2	5	5	24
78	5	5	5	1	2	4	22
79	5	5	1	2	5	1	19
80	3	5	5	3	1	2	19
81	3	5	5	3	3	4	23
82	5	5	5	5	5	3	28
83	5	5	5	5	3	3	26
84	5	3	5	4	3	3	23
85	5	2	5	4	5	5	26
86	5	5	5	5	2	5	27
87	5	5	5	2	2	5	24
88	5	5	5	2	5	2	24
89	5	4	5	3	1	3	21
90	5	5	5	2	2	4	23
91	5	5	4	5	2	3	24
92	5	5	5	2	2	4	23
93	5	4	5	4	4	5	27
94	5	5	5	5	5	2	27
95	5	5	5	5	3	5	28
96	5	5	5	2	3	5	25
97	5	5	5	2	2	2	21
98	5	5	5	5	5	3	28
99	5	5	5	5	3	2	25
100	5	5	5	3	3	2	23

LAMPIRAN 5

1. UJI VALIDITAS VARIABEL KEMUDAHAN (X1)

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	Total
X1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 10	.904** .000 10	.946** .000 10	.946** .000 10	.904** .000 10	.946** .000 10	.983** .000 10
X2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.904** .000 10	1 10	.828** .003 10	.947** .000 10	.882** .001 10	.828** .003 10	.939** .000 10
X3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.946** .000 10	.828** .003 10	1 10	.881** .001 10	.828** .003 10	.881** .001 10	.934** .000 10
X4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.946** .000 10	.947** .000 10	.881** .001 10	1 10	.947** .000 10	.881** .001 10	.975** .000 10
X5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.904** .000 10	.882** .001 10	.828** .003 10	.947** .000 10	1 10	.947** .000 10	.959** .000 10
X6	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.946** .000 10	.828** .003 10	.881** .001 10	.881** .001 10	.947** .000 10	1 10	.954** .000 10
Total	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.983** .000 10	.939** .000 10	.934** .000 10	.975** .000 10	.959** .000 10	.954** .000 10	1 10

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

2. UJI VALIDITAS VARIABEL KEMANFAATAN (X2)

Correlations							
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Total
X1	1	1.000**	1.000**	1.000**	.809**	.621	.963**
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.005	.055	.000
N	10	10	10	10	10	10	10
X2	1.000**	1	1.000**	1.000**	.809**	.621	.963**
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.005	.055	.000
N	10	10	10	10	10	10	10
X3	1.000**	1.000**	1	1.000**	.809**	.621	.963**
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.005	.055	.000
N	10	10	10	10	10	10	10
X4	1.000**	1.000**	1.000**	1	.809**	.621	.963**
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.005	.055	.000
N	10	10	10	10	10	10	10
X5	.809**	.809**	.809**	.809**	1	.937**	.935**
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)	.005	.005	.005	.005		.000	.000
N	10	10	10	10	10	10	10
X6	.621	.621	.621	.621	.937**	1	.808**
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)	.055	.055	.055	.055	.000		.005
N	10	10	10	10	10	10	10
Total	.963**	.963**	.963**	.963**	.935**	.808**	1
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.005	
N	10	10	10	10	10	10	10

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

3. UJI VALIDITAS VARIABEL RESIKO (X3)

Correlations							
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Total
X1	1	.895**	.773**	.773**	.773**	.899**	.914**
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)		.000	.009	.009	.009	.000	.000
N	10	10	10	10	10	10	10
X2	.895**	1	.895**	.895**	.895**	.815**	.964**
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.004	.000
N	10	10	10	10	10	10	10
X3	.773**	.895**	1	.773**	.773**	.674*	.874**
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)	.009	.000		.009	.009	.033	.001
N	10	10	10	10	10	10	10
X4	.773**	.895**	.773**	1	1.000**	.899**	.955**
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)	.009	.000	.009		.000	.000	.000
N	10	10	10	10	10	10	10
X5	.773**	.895**	.773**	1.000**	1	.899**	.955**
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)	.009	.000	.009	.000		.000	.000
N	10	10	10	10	10	10	10
X6	.899**	.815**	.674*	.899**	.899**	1	.928**
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)	.000	.004	.033	.000	.000		.000
N	10	10	10	10	10	10	10
Total	.914**	.964**	.874**	.955**	.955**	.928**	1
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	
N	10	10	10	10	10	10	10

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4. UJI VALIDITAS VARIABEL MINAT KONSUMEN

MENGGUNAKAN KARTU BRIZZI (Y)

Correlations

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Total
X1	1	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	.764*	.992**
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.010	.000
N	10	10	10	10	10	10	10
X2	1.000**	1	1.000**	1.000**	1.000**	.764*	.992**
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.010	.000
N	10	10	10	10	10	10	10
X3	1.000**	1.000**	1	1.000**	1.000**	.764*	.992**
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.010	.000
N	10	10	10	10	10	10	10
X4	1.000**	1.000**	1.000**	1	1.000**	.764*	.992**
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.010	.000
N	10	10	10	10	10	10	10
X5	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1	.764*	.992**
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.010	.000
N	10	10	10	10	10	10	10
X6	.764*	.764*	.764*	.764*	.764*	1	.838**
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)	.010	.010	.010	.010	.010		.002
N	10	10	10	10	10	10	10
Total	.992**	.992**	.992**	.992**	.992**	.838**	1
Pearson Correlation							
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.002	
N	10	10	10	10	10	10	10

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN 6

HASIL UJI RELIABILITAS

1. Hasil Uji Reliabilitas Kemudahan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.982	6

2. Hasil Uji Reliabilitas Kemanfaatan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.966	6

3. Hasil Uji Reliabilitas Resiko (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.970	6

4. Hasil Uji Reliabilitas Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.984	6

LAMPIRAN 7

UJI KORELASI SEDERHANA DAN KORELASI BERGANDA

1. Hasil Uji Korelasi Sederhana **Correlations**

		Kemudahan	Kemanfaatan	Resiko	Minat konsumen
Kemudahan	Pearson Correlation	1	.592**	.544**	.660**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Kemanfaatan	Pearson Correlation	.592**	1	.423**	.599**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Resiko	Pearson Correlation	.544**	.423**	1	.555**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Minat konsumen	Pearson Correlation	.660**	.599**	.555**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

2. Hasil Uji Korelasi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.541	.526	1.52508

a. Predictors: (Constant), Resiko, Kemanfaatan, Kemudahan

LAMPIRAN 8

HASIL UJI REGRESI SEDERHANA DAN BERGANDA

1. Hasil Uji Regresi Sederhana Variabel Kemudahan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	9.005	1.896		4.749	.000
(Constant)					
Kemudahan	.638	.073	.660	8.686	.000

a. Dependent Variable: Minat konsumen

2. Hasil Uji Regresi Sederhana Variabel Kemanfaatan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	9.595	2.144		4.476	.000
(Constant)					
Kemanfaatan	.622	.084	.599	7.403	.000

a. Dependent Variable: Minat konsumen

3. Hasil Uji Regresi Sederhana Variabel Resiko Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	12.380	1.982		6.247	.000
(Constant)					
Resiko	.511	.077	.555	6.604	.000

a. Dependent Variable: Minat konsumen

4. Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	3.325	2.109		1.577	.118
(Constant)	.350	.091	.362	3.861	.000
Kemudahan	.295	.090	.284	3.269	.001
Kemanfaatan	.219	.077	.238	2.854	.005
Resiko					

a. Dependent Variable: Minat konsumen

LAMPIRAN 9

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.541	.526	1.52508

a. Predictors: (Constant), Resiko, Kemanfaatan, Kemudahan

LAMPIRAN 10

1. Hasil Uji Statistik T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.325	2.109		1.577	.118
	Kemudahan	.350	.091	.362	3.861	.000
	Kemanfaatan	.295	.090	.284	3.269	.001
	Resiko	.219	.077	.238	2.854	.005

a. Dependent Variable: Minat konsumen

2. Hasil Uji Statistik F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	262.907	3	87.636	37.679	.000 ^b
	Residual	223.283	96	2.326		
	Total	486.190	99			

a. Dependent Variable: Minat konsumen

b. Predictors: (Constant), Resiko, Kemanfaatan, Kemudahan

LAMPIRAN 11

Titik Presentase Distribusi t

Pr	0.25	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.5	0.2	0.1	0.05	0.02	0.01	0.002
1	100	307.768	631.375	1.270.620	3.182.052	6.365.674	31.830.884
2	0.8165	188.562	291.999	430.265	696.456	992.484	2.232.712

3	0.76489	163.774	235.336	318.245	454.07	584.091	1.021.453
4	0.7407	153.321	213.185	277.645	374.695	460.409	717.318
5	0.72669	147.588	201.505	257.058	336.493	403.214	589.343
6	0.71756	143.976	194.318	244.691	314.267	370.743	520.763
7	0.71114	141.492	189.458	236.462	299.795	349.948	478.529
8	0.70639	139.682	185.955	230.600	289.646	335.539	450.079
9	0.70272	138.303	183.311	226.216	282.144	324.984	429.681
10	0.69981	137.218	181.246	222.814	276.377	316.927	414.374
11	0.69745	136.343	179.588	220.099	271.808	310.581	402.474
12	0.69548	135.622	178.229	217.881	268.134	305.454	392.963
13	0.69383	135.017	177.093	216.037	265.031	301.228	385.198
14	0.69242	134.503	176.131	214.479	262.449	297.684	378.739
15	0.6912	134.061	175.305	213.145	260.248	294.671	373.283
16	0.69013	133.676	174.588	211.991	258.349	292.078	368.615
17	0.6892	133.338	173.961	210.982	256.693	289.823	364.577
18	0.68836	133.039	173.406	210.092	255.238	287.844	361.048
19	0.68762	132.773	172.913	209.302	253.948	286.093	357.944
20	0.68695	132.534	172.472	208.596	252.798	284.534	355.181
21	0.68635	132.319	172.074	207.961	251.765	283.136	352.715
22	0.68581	132.124	171.714	207.387	250.832	281.876	350.499
23	0.68531	131.946	171.387	206.866	249.987	280.734	348.496
24	0.68485	131.784	171.088	206.39	249.216	279.694	346.678
25	0.68443	131.635	170.814	205.954	248.511	278.744	345.019
26	0.68404	131.497	170.562	205.553	247.863	277.871	343.543
27	0.68368	131.37	170.329	205.183	247.266	277.068	342.103
28	0.68335	131.253	170.113	204.841	246.714	276.326	340.816
29	0.68304	131.143	169.913	204.523	246.202	275.639	339.624
30	0.68276	131.042	169.726	204.227	245.726	275.455	338.518
31	0.68249	130.946	169.552	203.951	245.282	274.404	337.494
32	0.68223	130.857	169.389	203.693	244.868	273.848	336.531
33	0.682	130.774	169.236	203.452	244.479	273.328	335.634
34	0.68177	130.695	169.092	203.224	244.115	272.839	334.793
35	0.68156	130.621	168.957	203.011	243.772	272.381	334.005
36	0.68137	130.551	168.83	202.809	243.449	271.948	333.262

37	0.68118	130.485	168.709	202.619	243.145	271.541	332.563
38	0.681	130.423	168.595	202.439	242.857	271.156	331.903
39	0.68083	130.364	168.488	202.269	242.584	270.791	331.279
40	0.68067	130.308	168.385	202.108	242.326	270.446	330.688
41	0.68052	130.254	168.288	201.954	242.08	270.118	330.127
42	0.68038	130.204	168.195	201.808	241.847	269.807	329.595
43	0.68024	130.155	168.107	201.669	241.625	269.5155	329.089
44	0.68011	130.109	168.023	201.537	241.413	269.228	328.607
45	0.67998	130.065	167.943	201.413	241.212	268.959	328.148
46	0.67986	130.023	167.866	201.294	241.019	268.701	327.71
47	0.67975	129.982	167.793	201.174	240.835	268.456	327.291
48	0.67964	129.944	167.722	201.063	240.658	268.223	326.891
49	0.67953	129.907	167.655	200.958	240.489	267.995	326.508
50	0.67943	129.871	167.591	200.856	240.327	267.779	326.141
51	0.67933	129.837	167.528	200.758	240.172	267.572	325.789
52	0.67924	129.805	167.469	200.665	240.022	267.373	325.451
53	0.67915	129.773	167.412	200.575	239.879	267.182	325.127
54	0.67906	129.743	167.356	200.488	239.741	266.998	324.815
55	0.67898	129.713	167.303	200.404	239.608	266.822	324.515
56	0.6789	129.685	167.252	200.324	239.485	266.651	324.226
57	0.67882	129.658	167.203	200.247	239.357	266.487	323.948
58	0.67874	129.632	167.155	200.172	239.238	266.329	323.68
59	0.67867	129.607	167.109	200.154	239.123	266.176	323.421
60	0.6786	129.582	167.065	200.034	239.012	266.028	323.171
61	0.67853	129.558	167.022	199.962	238.905	265.886	322.93
62	0.67847	129.536	166.984	199.897	238.801	265.748	322.696
63	0.6784	129.513	166.94	199.834	238.701	265.615	322.471
64	0.67834	129.492	166.901	199.773	238.604	265.485	322.253
65	0.67828	129.471	166.864	199.714	238.51	265.36	322.041
66	0.67823	129.451	166.827	199.656	238.419	265.239	321.837
67	0.67817	129.432	166.792	199.601	238.33	265.122	321.639
68	0.67811	129.413	166.757	199.547	238.245	265.008	321.446
69	0.67806	129.394	166.724	199.495	238.161	264.898	321.26
70	0.67801	129.376	166.691	199.444	238.081	264.79	321.079
71	0.67796	129.359	166.66	199.394	238.002	264.686	320.903

72	0.67791	129.342	166.629	199.346	237.926	264.585	320.733
73	0.67787	129.326	166.645	199.345	237.852	264.487	320.567
74	0.67782	129.31	166.571	199.254	237.785	264.391	320.406
75	0.67778	129.294	166.543	199.215	237.715	264.298	320.249
76	0.67773	129.279	166.515	199.167	237.642	264.208	320.096
77	0.67769	129.264	166.488	199.125	237.576	264.125	319.948

78	0.67765	129.25	166.462	199.085	237.511	264.034	319.804
79	0.67761	129.236	166.437	199.045	237.448	263.955	319.663
80	0.67757	129.222	166.412	199.006	237.387	263.869	319.526
81	0.67753	129.209	166.388	198.969	237.327	263.795	319.392
82	0.67749	129.196	166.365	198.932	237.269	263.712	319.262
83	0.67746	129.183	166.342	198.896	237.212	263.637	319.135
84	0.67742	129.171	166.32	198.861	237.156	263.563	319.011
85	0.67739	129.159	166.298	198.827	237.102	263.491	318.89
86	0.67735	129.147	166.277	198.793	237.049	263.421	318.772
87	0.67732	129.136	166.256	198.761	236.998	263.353	318.657
88	0.67729	129.125	166.235	198.729	236.947	263.286	318.544
89	0.67726	129.114	166.216	198.698	236.898	263.224	318.434
90	0.67723	129.103	166.196	198.667	236.85	263.157	318.327
91	0.6772	129.092	166.177	198.638	236.803	263.094	318.222
92	0.67717	129.082	166.159	198.609	236.757	263.033	318.119
93	0.67714	129.072	166.14	198.58	236.712	262.973	318.019
94	0.67711	129.062	166.123	198.552	236.667	262.915	317.921
95	0.67708	129.053	166.105	198.525	236.624	262.858	317.825
96	0.67705	129.043	166.088	198.498	236.582	262.802	317.731
97	0.67703	129.034	166.071	198.472	236.541	262.747	317.639
98	0.677	129.025	166.055	198.447	236.5	262.693	317.549
99	0.67698	129.016	166.039	198.422	236.461	262.641	317.46
100	0.67695	129.007	166.023	198.397	236.422	262.589	317.374
101	0.67693	128.999	166.008	198.373	236.384	262.539	317.289
102	0.6769	128.991	165.993	198.354	236.346	262.489	317.206
103	0.67688	128.982	165.978	198.326	236.31	262.441	317.125
104	0.67686	128.974	165.964	198.304	236.274	262.393	317.045
105	0.67683	128.967	165.95	198.282	236.239	262.347	316.967

106	0.67681	128.959	165.936	198.264	236.204	262.301	316.89
107	0.67679	128.951	165.922	198.238	236.17	262.256	316.815
108	0.67677	128.944	165.909	198.217	236.137	262.212	316.741
109	0.67675	128.937	165.895	198.197	236.105	262.169	316.669
110	0.67673	128.93	165.882	198.177	236.073	262.126	316.598
111	0.67671	128.922	165.87	198.157	236.041	262.085	316.528
112	0.67669	128.916	165.857	198.137	236.014	262.044	316.46
113	0.67667	128.909	165.845	198.118	235.983	262.004	316.392
114	0.67665	128.902	165.833	198.099	235.954	261.964	316.326
115	0.67663	128.896	165.821	198.081	235.921	261.926	316.262
116	0.67661	128.889	165.81	198.063	235.892	261.888	316.198
117	0.67659	128.883	165.798	198.045	235.864	261.85	316.135
118	0.67657	128.877	165.787	198.027	235.837	261.814	316.074
119	0.67656	128.871	165.776	198.01	235.809	261.778	316.013
120	0.67654	128.865	165.765	197.993	235.782	261.742	315.954

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245
2	18.51	19	19.16	19.25	19.3	19.33	19.35	19.37	19.38	19.4	19.4	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.7
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.04	6.94	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.7	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.1	4.06	4.03	4.97	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.6	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.5	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.1	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.15	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.2	3.09	3.01	2.95	2.9	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.27	2.91	2.85	2.8	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.6	2.58	2.55	2.53
14	4.6	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.7	2.65	2.6	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.9	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.4
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.4	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.2	2.96	2.81	2.72	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.9	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.1	2.87	2.71	2.68	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.2
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.2	2.18
22	4.3	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.4	2.34	2.3	2.26	2.23	2.2	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.8	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.2	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.4	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.3	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.6	2.49	2.4	2.34	2.28	2.24	2.2	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.2	2.17	2.13	2.1	2.08	2.06
28	4.2	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04

29	4.18	3.33	2.93	2.7	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.1	2.08	2.05	2.03
----	------	------	------	-----	------	------	------	------	------	------	------	-----	------	------	------

LAMPIRAN 12

Tabel Uji F

30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.3	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.2	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.16
32	4.15	3.29	2.9	2.67	2.51	2.4	2.31	2.24	2.19	2.14	2.1	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.5	2.39	2.3	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.45	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.96	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.2	2.14	2.1	2.06	2.02	2.98	1.97	1.95
38	4.15	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.98	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.6	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.89	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.16	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.9
45	4.06	3.2	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.15	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89
46	4.05	3.2	2.81	2.57	2.42	2.3	2.22	2.15	2.09	2.04	2.67	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.2	2.84	2.57	2.41	2.3	2.21	2.14	2.09	2.04	2.67	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.84	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.9	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.4	2.29	2.2	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.9	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.4	2.29	2.2	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.4	2.28	2.2	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.9	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.98	1.96	1.93	1.9	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.87	1.96	1.93	1.9	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.1	2.05	2.98	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.01	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.1	2.04	2.98	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84

60	4.01	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.1	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.01	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.01	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.93	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.94	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.94	1.87	1.84	1.82

68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.9	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.5	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.9	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.5	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.5	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.5	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.5	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.5	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.8
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.8
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.8
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.8
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.8
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.01	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.01	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.01	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.9	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.1	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.9	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.1	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.9	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.1	2.71	2.48	2.32	2.2	2.12	2.05	1.99	1.94	1.9	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.1	2.71	2.48	2.32	2.2	2.12	2.05	1.99	1.94	1.9	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.1	2.71	2.47	2.32	2.2	2.11	2.04	1.99	1.94	1.9	1.86	1.83	1.8	1.78
90	3.95	3.1	2.71	2.47	2.32	2.2	2.11	2.04	1.99	1.94	1.9	1.86	1.83	1.8	1.78
91	3.95	3.1	2.71	2.47	2.31	2.2	2.11	2.04	1.98	1.94	1.9	1.86	1.83	1.8	1.78
92	3.94	3.1	2.71	2.47	2.31	2.2	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.8	1.78
93	3.94	3.09	2.71	2.47	2.31	2.2	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.8	1.78
94	3.94	3.09	2.71	2.47	2.31	2.2	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.8	1.77
95	3.94	3.09	2.71	2.47	2.31	2.2	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.8	1.77
96	3.94	3.09	2.71	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.8	1.77

97	3.94	3.09	2.71	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.8	1.77
98	3.94	3.09	2.71	2.46	2.31	2.19	2.1	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.71	2.46	2.31	2.19	2.1	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.71	2.46	2.31	2.19	2.1	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.3	2.19	2.1	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.3	2.19	2.1	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.3	2.19	2.1	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.3	2.19	2.1	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.3	2.19	2.1	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76

106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.3	2.19	2.1	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.3	2.18	2.1	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.3	2.18	2.1	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.3	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.3	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.3	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.3	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.8	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.8	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.8	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.8	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.8	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.8	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.8	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.8	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.8	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.8	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.8	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.8	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.9	1.86	1.83	1.8	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.9	1.86	1.83	1.8	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.9	1.86	1.83	1.8	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.9	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.9	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.9	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74

135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.9	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-----	------	------	------	------	------

LAMPIRAN 1

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Megananda Harits Samudra

NPM : 16.51.0017

Jurusan : S I -Manajemen Pemasaran

Tahun akademik : 2016-2022

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul "PENGARUH KEMUDAHAN,KEMANFAATAN DAN RESIKO TERHADAP MINAT KONSUMEN MENGGUNAKAN KARTU BRIZZI PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), Tbk.DI UNGARAN". Skripsi yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang seluruhnya telah saya cantumkan sumbernya.

Ungaran, 12 Oktober 2022

Yang menyatakan,

A 10,000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH', '10000', '10 METERAI TEMPEL', and the serial number '87C36AJX796383164'.

Megananda Harits Samudra

NIM 16.51.0017

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Pada hari ini, Jumat tanggal, 05 bulan Agustus tahun 2022 pukul 08.00 WIB, berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNRARIS No 099/A.I/X/2019 tanggal 2 Oktober 2019 perihal Penunjukkan Dosen Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNRARIS tingkat Sarjana (S1):

1. Nama lengkap : Prof. Dr. Dra. Hj Edy Dwi Kurniati, SE, MM
Jabatan Akademik : Guru Besar
Pangkat / Golongan: Pembina TK I / N.b
Bertugas sebagai : Pembimbing Utama

2. Nama lengkap : Dr. Sri Rahayu, SE., M.Si
Jabatan Akademik : Lektor
Pangkat / Golongan: Penata Muda Tk.I, III/c
Bertugas sebagai : Pembimbing Pendamping

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini telah menyelesaikan proses pembimbingan skripsi :

Nama : Megananda Harits Samudra
NIM : 16510017
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAATAN DAN RESIKO TERHADAP MINAT KONSUMEN MENGGUNAKAN KARTU BRIZZI PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), Tbk. DI Ungaran

NO	T A H A P A N	TANGGAL	KETERANGAN
1	Penunjukan Dosen Pembimbing	04 Oktober 2021	ACC judul
2	Penyusunan Proposal Skripsi	18 November 2021	Bab 1,2, dan 3
3	Instrumen penelitian	6 Juni 2022	Key Informan
4	Ijin Pelaksanaan Penelitian	11 Oktober 2021	Perizinan
5	Pengumpulan Data	24 Juli 2022	Tabulasi Data
6	Analisis Data	21 Juli 2022	Olah Data
7	Penyusunan Laporan/Skripsi	29 Juli 2022	Bab 4 dan 5

Demikian berita acara bimbingan skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pembimbing Utama,

Prof. Dr. Dra. Hj Edy Dwi Kurniati, SE, MM
NIDN. 0-6060962-01

Pembimbing Pendamping,

Dr. Sri Rahayu, SE., M.Si
NIDN. 0-6060569-01



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNRARIS,

Dr. Sri Rahayu, S.E., M.Si
NIDN. 0-6060569-01



YAYASAN UNRARIS KABUPATEN SEMARANG
UNIVERSITAS DARUL ULLM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Tentara Pelajar No. 13 Telp (024) 6923180, Fax. (024) 76911689 Ungaran Timur 50514
Website : undaris.ac.id email : info@undaris.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Jumat tanggal, 05 bulan Agustus tahun 2022 pukul 08.00 WIB, berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNRARIS No 117/A.III/6/VIII/2022 tanggal 03 bulan Agustus tahun 2022 perihal Susunan Dosen Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNRARIS tingkat Sarjana (S1):

1. Nama lengkap : Nunuk Supratini, SE., MM
Jabatan Akademik : Lektor
Pangkat / Golongan: Penata III/c
Bertugas sebagai : Ketua Penguji
2. Nama lengkap : Prof. Dr. Dra. Hj Edy Dwi Kurniati, SE, MM
Jabatan Akademik : Guru Besar
Pangkat / Golongan: Pembina TK I / N.b
Bertugas sebagai : Anggota
3. Nama lengkap : Dr. Sri Rahayu, SE., M.Si
Jabatan Akademik : Lektor
Pangkat / Golongan: Penata Muda Tk.I, III/c
Bertugas sebagai : Anggota

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini telah diuji skripsinya,

Nama : Megananda Harits Samudra

N I M : 16510017

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :PENGARUH KEMUDAHAN,KEMANFAATAN DAN RESIKO TERHADAP MINAT KONSUMEN MENGGUNAKAN KARTU BRIZZI PT.BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO),Tbk.DI Ungaran

NILAI HASIL UJIAN : Angka = 68 Equivalent = B

Demikian berita acara ujian skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua,

Nunuk Supratini, SE., MM

NIDN. 0-6140866-01

Anggota,

Prof. Dr. Dra. Hj Edy Dwi K., SE, MM

NIDN. 0-6060962-01

Anggota,

Dr. Sri Rahayu, SE., M.Si

NIDN. 0-6060569-01



Mengetahui
Dekan Ekonomi dan Bisnis UNRARIS,

Dr. Sri Rahayu., S.E., M.Si

NIDN. 0-6060569-01