

ABSTRAK

Berkembangnya teknologi internet saat ini menyebabkan masyarakat menjadi lebih mudah mendapatkan berbagai informasi. Begitu pula dengan dunia bisnis, banyak para pelaku online shop menggunakan layanan internet untuk media pemasaran mereka. Penelitian ini memiliki tujuan menguji pengaruh minat pelaku *online shop* dalam menggunakan *internet banking*. Penelitian ini dilakukan di berbagai macam event bazar khususnya di Yogyakarta. Dalam penelitian ini juga terdapat pembahasan tentang hukum *online shop* dalam aspek syariah.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan bentuk kuantitatif. Pengambilan data dilakukan dengan model penyebaran kuesioner terbuka dan tertutup. Penelitian ini memiliki responden sebanyak 30 orang pelaku *online shop* yang menggunakan *internet banking*. Untuk mengetahui hasil dari rumusan masalah yang diangkat, peneliti menggunakan teknik analisis regresi berganda.

Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi ketersediaan fitur, kepercayaan dan keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking*. Sedangkan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan *internet banking*. Hal ini berarti bahwa minat menggunakan *internet banking* dipengaruhi oleh sikap dan sikap dipengaruhi oleh persepsi kepercayaan, keamanan dan ketersediaan fitur. Dalam aspek syariah sendiri, bisnis online shop diperbolehkan asal tidak mengandung unsur gharar, maisir, judi, monopoli, penipuan, dll. Jika dalam jual beli tersebut mengandung salah satu unsur yang dilarang dalam Islam maka kegiatan jual beli tersebut harus dihentikan.

Kata kunci : internet banking; keamanan ;kemudahan penggunaan ; kepercayaan ; ketersediaan fitur; online shop

ABSTRAK

Development of Internet technology today causes people to become more easily obtain various information. Similarly, the business world, many players online shop using the internet service for their marketing media. The purpose of this study examines the effect of interest online shop actors in using internet banking. This research was conducted at various events bazaar especially in Yogyakarta. In this study there is also a discussion of the legal online shop in the aspect of sharia.

This research is descriptive quantitative form. Data collection was performed with a model of open and closed questionnaires. This study has as many as 30 respondents shop online perpetrators who use internet banking. To find out the result of the formulation of the issues raised, the researchers used regression analysis techniques.

Analytical results from this study indicate that the perception of availability features, trust and security affect the interest in the use of internet banking. While the perceived ease of use had no effect on the attitude of internet banking. This means that the interest in using internet banking is influenced by the attitude and behavior are influenced by perceptions of trust, security and availability features. In the aspect of sharia alone, online shop business is allowed origin does not contain gharar, gambling, gambling, monopoly, fraud, etc. If the buying and selling it contains one element that is forbidden in Islam, the buying and selling activities should be stopped.

Keywords: Internet banking; security; ease of use; trust; availability of features;