

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI
KEMUDAHAN, PERSEPSI RISIKO, DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
MOBILE BANKING BRI SYARIAH KC BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**MIRA DIRA DARMAH
NIM. 190603325**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M / 1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mira Dira Darmah

NIM :190603325

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 30 Januari 2022

Yang menyatakan,



Mira Dira Darmah

PERSETUJUAN SIDANG SYARAH SKRIPSI

**Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko,
Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile
Banking BRI Syariah KC Banda Aceh**

Disusun Oleh:

Mira Dira Darmah

NIM.190603325

Mira Dira Darmah

NIM. 190603325

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.

NIP.197711052006042003

Pembimbing II



Riza Aulia, S.E.I., M.Sc

NIP. 198801302018031001

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.

NIP. 197711052006042003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Mira Dira Darmah
NIM : 190603325
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : 190603325@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir K KU Skripsi

yang berjudul: Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BRI Syariah KC Banda Aceh

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 23 Januari 2022

Mengetahui,

Penulis

Mira Dira Darmah
NIM. 190603325

Pembimbing I

Dr. Nevi Hasnita, S. Ag., M. Ag.
NIP. 197711052006042003

Pembimbing II

Riza Aulia, SE.L.M.Sc
NIP. 1988013021803001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Rabbil'alamin,

Segala puji bagi Allah Swt, Tuhan semesta alam yang senantiasa memberikan ribuan nikmat dan rahmat yang tidak terhitung jumlahnya. Semoga Allah Swt selalu memberikan kesehatan, melindungi dimanapun berada dan selalu memberikan kemudahan bagi hamba-Nya yang bertakwa. Shalawat berbingkai salam tidak lupa dihadiahkan kepada Baginda Nabi Besar Muhammad Saw, beserta keluarga dan para sahabat beliau. Alhamdulillah atas izin Allah Swt yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian yang tertuang dalam skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BRI Syariah KC Banda Aceh”**.

Skripsi ini adalah tugas akhir yang menjadi salah satu syarat agar diperolehnya gelar Sarjana Ekonomi pada prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam pembuatan skripsi ini, baik dari awal pencarian masalah yang akan diteliti maupun penentuan judul hingga akhir penelitian dan didapatkannya hasil penelitian peneliti merasa dimudahkan. Peneliti mengucapkan ribuan terima

kasih atas doa, semangat, arahan serta bimbingan dari berbagai pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Maka dari itu, peneliti mengucapkan rasa hormat serta terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu terutama:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ayumiati, SE., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Muhammad Arifin, Ph.D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag. selaku Pembimbing I dan Riza Aulia, SE.I.,M.Sc selaku Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan bimbingan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Inayatillah, MA.Ek selaku penguji I dan Ibu Ana Fitria, SE., M.Sc selaku penguji II yang telah memberikan arahan dan bimbingannya selama proses sidang berlangsung.
6. Dr. Nevi Hasnita, S. Ag., M.Ag. selaku Penasehat Akademik Kepada seluruh dosen, pegawai dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta segenap pengurus dan pegawai

perpustakaan utama Universitas Islam Negeri Ar-Raniry dan Ruang baca FEBI yang sudah memberikan fasilitas untuk mengadakan studi kepustaka.

7. Kepada PT. BRI Syariah KC Banda Aceh yang telah banyak meluangkan waktu dan tulus membantu penulis dalam memperoleh data dan memudahkan penulis dalam melakukan penelitian di lapangan saat menyebarkan angket/kuesioner. Tanpa bantuan dan arahan lembaga tersebut, peneliti tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Teristimewa kepada Kedua Orang Tua tercinta, ribuan terima kasih peneliti ucapkan kepada Ayahanda Darmi dan Ibu Rahmah, yang telah memberikan banyak doa, dukungan, motivasi, cinta dan kasih sayang, didikan, pengorbanan serta dukungan moral maupun materil yang telah diberikan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan diberi kemudahan Alhamdulillah. Kepada abang dan ketujuh adik peneliti yaitu Chandra Robby, Armanda Roby, Andrian Roby, Nazwa Safina, Zahra, Adip Alfadilah, Naura Izdihar dan Nabila Syakira, serta keluarga besar lainnya yang telah memberikan dukungan berupa doa dan semangat agar penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.
9. Sahabat dalam keadaan susah maupun senang pada masa perkuliahan Syarifah Marzura, Dini Andriani, Alesca, Aisar, Naurah, dan Lamsir Purnama sebagai sahabat terbaik tempat sandaran dalam menuangkan segala hal, baik senang maupun

susah. Terimakasih juga kepada sahabat-sahabat terbaik lainnya sera keluarga besar PS D3, Alumni GT09 dan sahabat Magang.

10. Seluruh pihak-pihak terkait yang tidak disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan kepada peneliti. Hanya kepada Allah SWT kita berserah diri, semoga yang kita amalkan mendapatkan ridho-Nya. Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masi jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini agar nantinya dapat berguna dan memberikan banyak manfaat terutama kepada peneliti, pembaca dan pihak-pihak lainnya yang membutuhkan serta menjadi hal positif bagi banyak orang.

Banda Aceh, 30 Januari 2022
Peneliti,

Mira Dira Darmah

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor:158 Tahun 1987 –Nomor:0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Konsonan

Konsonan Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف = *kaifa*,

هول = *haua*

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
اَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ = *qāla*

رَمَى = *ramā*

قِيلَ = *qīla*

يَقُولُ = *yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir huruf ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan

kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

الأَطْفَالُ رَوْضَةٌ : *raudāh al-atfāl/ raudatul atfāl*

الْمُنَوَّرَةُ الْمَدِينَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/
al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Talḥah*

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr ; Beirut, bukan Bayrut ; dan sebagainya.

ABSTRAK

Nama : Mira Dira Darmah
NIM : 190603325
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BRI Syariah KC Banda Aceh
Tebal Skripsi : 145 Halaman
Pembimbing I : Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag
Pembimbing II : Riza Aulia, SE.I.,M.Sc

Perkembangan teknologi menuntut bank untuk mengembangkan produk baru yang inovatif dan praktis bagi nasabah seperti *mobile banking*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi dan kualitas layanan terhadap layanan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebesar 100 responden dan menggunakan metode analisis regresi berganda. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*, sedangkan variabel persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Sedangkan pengujian simultan menunjukkan hasil semua variabel secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat nasabah.

Kata kunci : Persepsi, Manfaat, Kemudahan, Risiko, Kualitas Layanan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	xi
ABSTRAK	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Minat Nasabah.....	12
2.2 TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>).....	13
2.3 Persepsi.....	14
2.3.1 Persepsi Manfaat.....	15
2.3.2 Persepsi Kemudahan.....	17
2.3.3 Persepsi Risiko.....	19
2.4 Kualitas Layanan.....	20
2.5 <i>Mobile Banking</i>	21
2.6 Penelitian Terkait.....	22
2.7 Kerangka Berpikir.....	26
2.8 Hipotesis.....	27
2.8.1. Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i>	27

2.8.2. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i>	28
2.8.3. Pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i>	28
2.8.4. Pengaruh kualitas layanan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i>	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Lokasi penelitian.....	30
3.3 Populasi Dan Sampel.....	31
3.4 Teknik Dan Pemerolehan Data.....	32
3.5 Skala Pengukuran.....	34
3.6 Operasional Variabel.....	34
3.7 Metode Analisis Data.....	36
3.8 Uji Instrumen Penelitian.....	37
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
3.10 Uji Hipotesis.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambar Umum Objek Penelitian.....	44
4.2 Visi Misi Bank Bri Syariah (Bsi).....	46
4.3 Deskripsi Data Responden.....	47
4.4 Statistik Deskriptif.....	48
4.5 Uji Instrumen.....	55
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	58.
4.7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.8 Hasil Pengujian Hipotesis.....	63
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
BAB V PENUTUP	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terkait.....	25
Tabel 3.2	Operasional Variabel	35
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	47
Tabel 4.2	Usia Responden	47
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden.....	48
Tabel 4.4	Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Manfaat (X_1)	49
Tabel 4.4	Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan(X_2).....	51
Tabel 4.5	Jawaban Responden Terhadap Variabel Risiko (X_3)	52
Tabel 4.6	Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan (X_4).....	53
Tabel 4.7	Jawaban Responden Terhadap Minat (Y).....	55
Tabel 4.9	Hasul Uji Validitas	56
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.11	Uji Normalitas	57
Tabel 4.12	Hasil Uji MultikolinieritasTabel.....	58
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4.14	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.15	Hasil Uji F (Simultan)	61
Tabel 4.16	Uji t (Uji Parsial)	64
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan user BRIS <i>Online</i>	2
Gambar 1.2 Ulasan Aplikasi BRIS <i>Online</i>	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	27



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian	80
LAMPIRAN 2 Identitas Responden.....	81
LAMPIRAN 3 Hasil Tabulasi Jawaban Responden.....	86
LAMPIRAN 4 Hasil Uji Validitas	102
LAMPIRAN 5 Hasil Uji Reliabilitas.. ..	
LAMPIRAN 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	110
LAMPIRAN 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	111
LAMPIRAN 8 Daftar Riwayat Hidup Peneliti.	115



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan teknologi terus mengalami kemajuan dari tahun ke tahun hal ini menunjang kesuksesan suatu ajang dalam persaingan bisnis. Penemuan informasi menjadi gampang serta cepatnya menemukan data yang diperlukan. Perihal ini memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan teknologi serta komunikasi, pertumbuhan teknologi data serta komunikasi ini membuat industri berlomba-lomba dalam meningkatkan terobosan produk E-layanan.

Pada masa sekarang *internet* sangat dibutuhkan dalam menunjang kesuksesan setiap lembaga keuangan, termasuk pada BRI Syariah Kc Banda Aceh. BRI Syariah mengeluarkan jenis layanan *mobile banking* yang disebut dengan BRIS *Online*. BRIS *Online* merupakan layanan perbankan digital (*Digital Banking*) persembahkan BRI Syariah yang memudahkan nasabahnya untuk memanfaatkan layanan perbankan BRI Syariah, dimana saja, kapan saja, melalui perangkat *mobile* BRIS, tanpa perlu mendatangi kantor BRI Syariah. Berdasarkan informasi BRIS *Public Expose* 2019, jumlah peningkatan perkembangan pengguna *e-banking* akan dipaparkan dalam bentuk grafik. Maka dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Gambar 1.1 Pertumbuhan User BRIS Online



Sumber : *BRIS Public Expose, 2019*

Perkembangan user pengguna BRIS Online beserta beragam macam program yang telah dirancang, hal ini menunjukkan kenaikan pemakai yang mengalami perkembangan pesat. Dalam tahun 2016 terhitung hanya 30% pengguna dan meningkat terus menerus hingga tahun 2018 berkembang mencapai angka 73%, kemudian tahun 2019 terhitung sudah mencapai 400.000 pengguna.

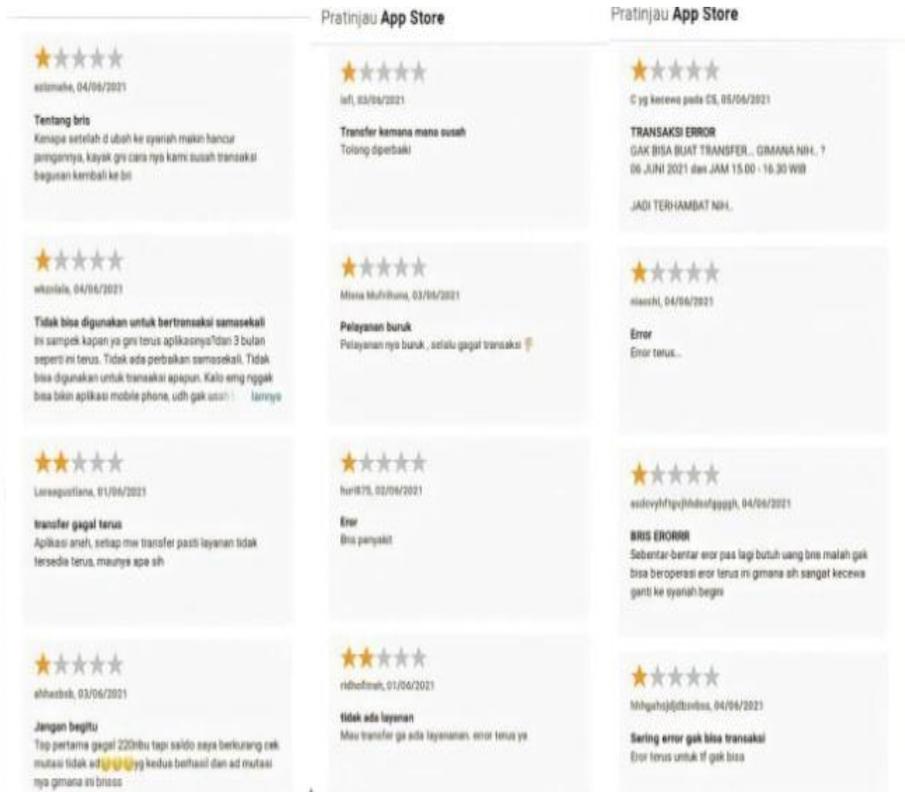
Bahkan hingga akhir Juni 2020, Perseroan mencatat komposisi frekuensi penggunaan *mobile* dan *internet banking* BRIS Online terus mengalami peningkatan dan telah mencapai 81,76% dari transaksi keseluruhan.

Di tahun 2018 dalam acara ajang penghargaan merek terbaik di Indonesia dengan nominasi tabungansyariah, BRI Syariah meraih penghargaan berdasarkan pilihan masyarakat pada kategori TOP *banking finance Top Brand Index* dengan perolehan angka 27,5% dan memenangkan jenis *e-channel mobile banking TBI* (Top Brand Index) dengan perolehan angka 14,6% dan juga memenangkan peringkat ke 2 kategori *mobile banking* dengan perolehan angka 11,4%. Kemudian pada tahun 2019 BRI Syariah

kembali memenangkan *TOP Brand Awards* dalam kategori produk tabungan, dan memenangkan predikat *TOP Brand Award fase I* terbaik dengan perolehan angka 29,1%, dan kembali mendapatkan kategori *e-channel mobile banking BRI Mobile TBI (Top Brand Index)* dengan perolehan angka 17,0%. BRI kembali mendapatkan penghargaan dengan nominasi tabungan syariah terbaik fase 1 dengan perolehan angka 29,5% dan pada nominasi *E-Channel Mobile Banking BRI* mendapat peringkat kedua dengan nilai menduduki pada posisi kedua setelah M-BCA dengan perolehan angka 20,5% (*Top Brand Award, 2020*).

Dibalik peningkatan transaksi pengguna dan penghargaan *Brand Award*, ternyata masih banyak masalah yang terjadi dalam penggunaan layanan *BRIS Online*, hal ini dapat dilihat pada ulasan nasabah melalui *Appstore BRIS*. Untuk mengetahui lebih jelas masalah dalam penggunaan *mobile banking BRIS* maka dapat dilihat ulasan pengguna pada gambar dibawah ini:

Gambar 1.2 Ulasan Aplikasi BRIS Online



Sumber : Play Store BRIS, 2021

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan berbagai macam bentuk keluhan yang dialami seperti hambatan dalam proses penggunaan aplikasi, gagal *login* ke aplikasi, gagal terhubung ke *server*, aplikasi kurang *upgrade*, dan aplikasi sering tidak bisa digunakan. Hal tersebut membuat nasabah bimbang pada faktanya pengguna sering mendapatkan masalah terhadap gangguan sistem layanan, hal ini membuat nasabah harus datang ke bank untuk memperbaiki kesalahan dalam penggunaan layanan *mobile banking*, apalagi saat sangat memerlukan waktu yang cepat untuk

keperluan yang mendesak, namun karena kesalahan sistem nasabah harus menunggu lebih lama. Apalagi hanya untuk hal sepele seperti melakukan transaksi sering gagal tetapi saldo nasabah terdebit. Banyaknya keluhan pengguna ini menandakan bahwa aplikasi BRIS *Online* masih belum memenuhi kebutuhan pengguna dan belum bisa memberikan kepuasan layanan terhadap pengguna.

Hadirnya *mobile banking* tentunya sangat memudahkan masyarakat dalam bertransaksi dari *smartphone* dan cukup dengan adanya fasilitas jaringan internet. Namun masih banyak masyarakat yang kita temui belum menggunakan *mobile banking*, padahal akses terhadap teknologi dan jaringan *internet* sudah mulai banyak digunakan di semua kalangan. Walaupun fasilitas internet sudah memadai tidak membuat masyarakat ingin menggunakan *mobile banking*, hal ini dipengaruhi beberapa faktor yang bisa berpengaruh terhadap minat menggunakan yaitu seperti persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan kualitas layanan maupun faktor lainnya.

Menurut Jogiyanto (2008) Persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Persepsi manfaat merupakan hal penting yang selalu diperhatikan oleh pengguna, karena dengan bermanfaatnya suatu teknologi tentunya akan menarik seseorang untuk menggunakannya. Selain dari manfaat tentunya dilihat lagi dari segi kemudahan dalam penggunaannya.

Selain suatu teknologi memiliki manfaat tentu harus pandai dalam menggunakannya.

Menurut Widjana dalam (Ahmad dan Pambudi, 2014) persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan. Kemudahan dalam menggunakan *mobile banking* sangat penting bagi nasabah sehingga mudah dipahami dan tidak ribet dalam menggunakannya. Selain kemudahan tentu masih perlu di lihat risiko suatu penggunaan teknologi tersebut.

Menurut Smadi dalam (Hapsara, 2015) persepsi risiko merupakan persepsi pelanggan terhadap adanya konsekuensi negatif yang ingin dihindari seseorang ketika menggunakan suatu teknologi. Masyarakat masih memiliki kekhawatiran dan ketakutan terhadap penggunaan *mobile banking* terkait adanya kejahatan seperti penipuan, hipnotis, pencurian *handphone* yang dilakukan oleh orang-orang yang memanfaatkan kelemahan keamanan ataupun kelengahan dari pengguna itu sendiri. Sehingga dapat menyebabkan kerugian secara materil terhadap penggunaan *mobile banking* itu sendiri. Hal-hal yang seperti inilah yang mungkin saja berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. kemudian hal lain yang ingin dilihat adalah bagaimana kualitas layanan suatu teknologi yang akan digunakan dalam waktu yang lama.

Menurut Tjiptono (2006) kualitas layanan adalah keinginan nasabah berupa upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah untuk mengimbangi harapan nasabah. Aspek utama dalam ketersediaan infrastruktur yang mendukung layanan mobile banking adalah kualitas pelayanannya.

Menurut Jogiyanto (2007) dalam (Fakhrurozi, 2020) minat perilaku adalah suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat menggunakan mobile banking mungkin saja dipengaruhi oleh beberapa perilaku individu seperti persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan kualitas layanan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tentang *mobile banking*, seperti yang dilakukan oleh Purwati (2018) didapatkan hasil bahwa variabel persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking sedangkan variabel persepsi kemudahan, persepsi keamanan, persepsi risiko dan biaya berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Pranoto dan Setianegara (2020) terkait *mobile banking* menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking* sedangkan untuk variabel persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Dalam penelitian Fakhrurozi (2020) terkait *mobile banking* menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap

minat menggunakan *mobile banking*, sedangkan variabel kegunaan, risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Dari hasil uraian di atas, dapat diketahui bahwa ada beberapa penelitian yang menyatakan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan kualitas layanan mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*, namun ada juga beberapa penelitian yang menyebutkan bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang variabel yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking* dengan judul : **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BRI Syariah KC Banda Aceh”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* ?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* ?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* ?

4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* ?
5. Apakah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
2. Untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
3. Untuk mengetahui apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
5. Untuk mengetahui apakah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak yaitu :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti sendiri tentang *mobile banking*

2. Untuk penelitian berikutnya

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi, pemikiran, pertimbangan, juga acuan saat melakukan penelitian yang hampir sama atau sejenis agar lebih berkembang dan sempurna bagi penelitian selanjutnya.

3. Bagi Bank Syariah

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan solusi dan motivasi untuk meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang sistematis dan teratur, maka peneliti membuat sistematika pembahasan sebagai berikut :

BAB I pendahuluan, bagian ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, manfaat dan tujuan penelitian

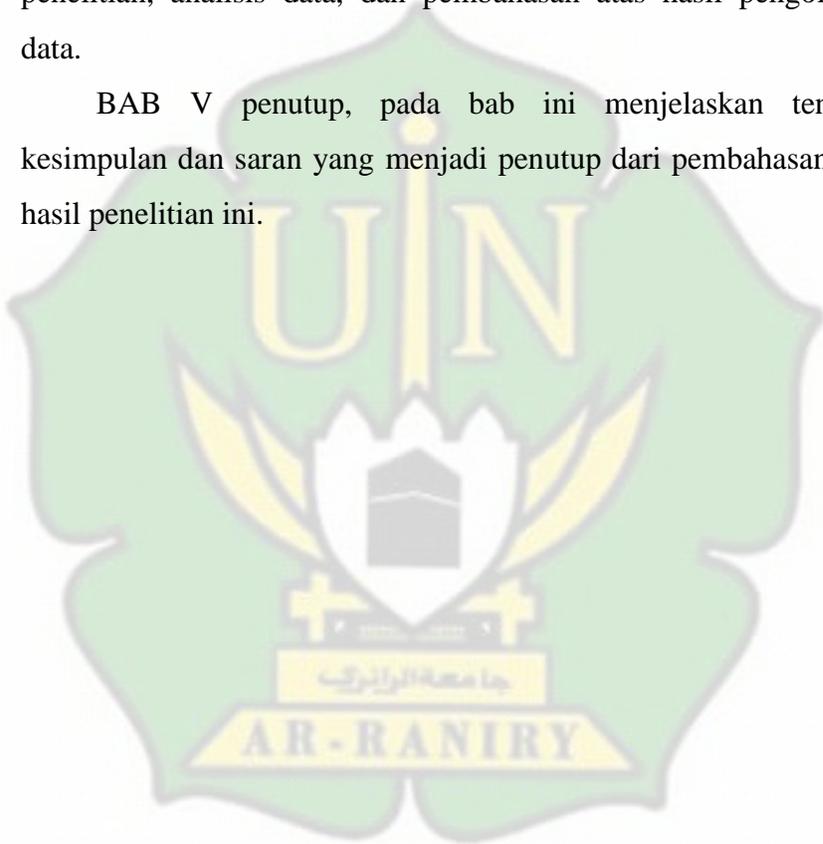
BAB II landasan teori, bagian ini membahas tentang teori yang relevan dengan penelitian, dan membahas tentang penelitian yang telah diteliti sebelumnya yang berkaitan dengan judul ini, selanjutnya berisi tentang model atau kerangka berpikir sebagai penjelasan antar variabel yang diteliti, kemudian berisi tentang pengembangan hipotesis dengan argumen yang dibangun dalam penelitian sebelumnya yang relevan.

BAB III metode penelitian, bagian ini membahas mengenai jenis, tujuan, dan arah penelitian serta menjelaskan data dan teknik perolehannya yang terdiri dari jenis data, teknik pengumpulan data-data, skala pengukuran yang digunakan. Selanjutnya membahas uji

validitas, reliabilitas, variabel penelitian, metode analisis data, serta pengujian hipotesis.

BAB IV hasil penelitian dan pembahasan, pada bagian ini, hasil dan analisis pada bab ini mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V penutup, pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran yang menjadi penutup dari pembahasan dan hasil penelitian ini.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Minat Nasabah

Menurut Harlan dalam (Ledesman, 2018) Minat adalah kecenderungan menginginkan sesuatu dan memilih untuk lebih memperhatikan dan mengingat dalam kurun waktu yang lama serta diikuti rasa senang untuk mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Sedangkan menurut Jogiyanto dalam (Juanda, 2020) minat perilaku yaitu suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perbuatan tertentu. Menurut Rafika (2015) untuk mengetahui seseorang tetap menggunakan teknologi tersebut dapat dilihat melalui sikap perhatiannya terhadap suatu teknologi tersebut.

Menurut penelitian Dwityanti dalam (Ledesman, 2018) indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel minat menggunakan *mobile banking* adalah sebagaiberikut :

1. Minat Transaksional, yaitu kecenderungan individu ingin membeli suatu produk.
2. Minat Referensial, yaitu kesediaan individu dalam merekomendasikan produk yang telah digunakan kepada orang lain.
3. Minat Eksploratif, yaitu minat yang menunjukkan perilaku individu yang selalu mencari informasi tentang produk yang diminati.

2.2 TAM (*Technology Acceptance Model*)

TAM (*Technology Acceptance Model*) pertama kali dikembangkan oleh Davis (1989), yang diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980). TAM memprediksi terdapat dua variabel yang paling berpengaruh untuk melihat minat penerimaan teknologi yaitu *Perceived Usefulness* (Persepsi Kebermanfaatan) dan *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan).

Teori TAM telah banyak digunakan dalam penelitian untuk melihat reaksi pemakai terhadap sistem (Nugroho, 2008). Model ini mengusulkan ketika pengguna ditawarkan untuk menggunakan suatu sistem yang baru dan bagaimana dan kapan pengguna menggunakan sistem tersebut khususnya dalam hal manfaat dan kemudahan.

Menurut Jogiyanto (2007:134) teori TAM (*Technology Acceptance Model*) memiliki suatu kelebihan yaitu sebagai berikut:

1. TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan model perilaku yang bermanfaat untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan mengenai mengapa banyak sistem teknologi informasi yang gagal diterapkan karena pemakaiannya yang tidak mempunyai minat untuk menggunakannya.
2. *Technology Acceptance Model* dibentuk dengan teori yang kuat.

3. *Technology Acceptance Model* membuktikan keunggulannya berdasarkan penelitian-penelitian yang telah menggunakan teori TAM
4. *Technology Acceptance Model* membuktikan bahwa model ini merupakan model yang sederhana namun valid.

2.3 Persepsi

Menurut Yuniarti dalam (Juanda, 2020) persepsi adalah suatu proses mengorganisasikan ataupun memberikan makna terhadap kesan-kesan yang didapatkan melalui panca indra untuk memberikan arti terhadap suatu lingkungan-lingkungan disekitarnya. Persepsi yang didapatkan oleh individu dapat berpengaruh dalam tindakan individu sendiri, baik itu persepsi yang bersifat negatif maupun positif, semua tergantung pengetahuan individu terhadap objek yang dipersepsikan (Juanda, 2020).

Sedangkan menurut Purwati (2018) menyimpulkan persepsi adalah kesan yang dirasakan, diterima setelah maupun sebelum seseorang menggunakan suatu hal yang dapat mempengaruhi perilaku atau tindakan seseorang anatar tetap menggunakan atau tidak menggunakan.

Menurut Irwanto dalam (Juanda, 2020) persepsi dapat dibagi menjadi dua :

1. Persepsi positif yaitu persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu atau tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang diteruskan dengan upaya pemanfaatannya.

2. Persepsi negatif yaitu persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tau tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang tidak sesuai dengan objek yang di persepsikan.

Menurut Gasper dalam penelitian (Laksana, Astuti dan Dewantara (2015) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu :

1. Persepsi Manfaat yang diartikan sebagai kepercayaan seseorang akan manfaat yang timbul dari menggunakan suatu teknologi.
2. Persepsi kemudahan yang diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu tidak memerlukan usaha yang besar.
3. Persepsi risiko yang diartikan sebagai pandangan seseorang akan ketidakpastian dan konsekuensi yang mungkin terjadi dari penggunaan suatu sistem tertentu.
4. Persepsi kesesuaian yang diartikan sebagai kecocokan dan konsistenan suatu inovasi produk akan ide-ide, nilai, kepercayaan, pengalaman masa lalu dan kebutuhan saat ini (Purwati, 2018).

2.3.1 Persepsi Manfaat

Menurut Widjana dalam (Ahmad dan Pambudi, 2014) persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan.

Davis (1989) mendefinisikan persepsi manfaat merupakan tingkat kepercayaan individu terhadap suatu teknologi yang dapat meningkatkan prestasi kerja individu tersebut. Venkatesh dan Davis (2000) juga menyimpulkan bahwa model TAM (*Technology Acceptance Model*), *perceived usefulness* merupakan faktor yang kuat terhadap penerimaan penggunaan dan kebiasaan penggunaan. Menurut Davis (1989) konsep ini menggambarkan manfaat sistem bagi pengguna yang berkaitan dengan produktivitas, efektivitas.

Dalam penelitian Davis (1989) menyebutkan TAM memiliki dua faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan terhadap suatu teknologi yaitu :

1. Persepsi Manfaat Penggunaan (*Usefulness Perceived*) yaitu sejauh mana pengguna percaya bahwa dengan menggunakan sistem dalam layanan *m-banking* tersebut akan meningkatkan kinerjanya. Apabila pengguna mempercayai bahwa sistem teknologi tersebut akan memberikan manfaat, maka ia akan menggunakannya, begitu juga sebaliknya.
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tentu akan bebas dari usaha.

Dalam penelitian yang dilakukan Wijaya dalam Al Muntaha (2008:14) persepsi manfaat dapat diukur dari beberapa faktor yaitu :

- 1). Mudah nya penggunaan teknologi akan meningkatkan produktivitas pengguna.
- 2). Penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja pengguna.

3). Penggunaan teknologi akan meningkatkan efisiensi proses yang dilakukan pengguna.

Beberapa penemuan telah menduplikat disertasi Davis (1989) untuk menemukan bukti empiris terhadap hubungan *Usefulness*, *ease of use* dan *System use*. TAM (*Technology Acceptance Model*) memiliki elemen kuat tentang perilaku (*behavioral*), yang menyimpulkan bahwa ketika seseorang membentuk suatu bagian untuk bertindak, mereka akan bebas bertindak tanpa batasan.

2.3.2 Persepsi Kemudahan

Menurut Widjana dalam (Pambudi, 2014) persepsi kemudahan penggunaan berarti keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan.

Dalam disertasi Davis (1989) menyatakan persepsi kemudahan ialah sejauh mana individu percaya dengan menggunakan suatu sistem akan mengurangi usaha. *Perceived ease of use* terbukti memiliki pengaruh pada minat perilaku melalui hubungan kualitas dimana sesuatu yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dapat menyebabkan meningkatnya minat pengguna.

Konsep kemudahan yaitu melihat sejauh mana pengguna meyakini bahwa sistem informasi yang digunakan adalah mudah dan tidak memerlukan usaha yang kuat untuk menggunakannya. Hal ini sama dengan tujuan penggunaan suatu sistem, yaitu apabila

seseorang merasa sistem tersebut mudah digunakan maka cenderung akan menggunakan sistem tersebut.

Dalam penelitian Ardi (2009) beranggapan bahwa model TAM sangat cocok dipakai untuk melihat persepsi kemudahan. Menurut disertasi Rizkiyanto (2010), menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan pendekatan penerimaan teknologi adalah model TAM (*Technology Acceptance Model*). Model ini menggambarkan penerimaan pengguna teknologi dipengaruhi oleh variabel kemudahan penggunaan.

Menurut Davis dalam (Rithmaya, 2016) menyebutkan beberapa indikator yang dapat mengukur kemudahan yaitu:

1. Sistem mudah dipelajari yaitu seseorang yang mampu mengoperasikan teknologi dengan mudah, merupakan tanda seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tidak membutuhkan tenaga.
2. Dapat mengontrol pekerjaan yaitu seseorang yang mudah menggunakan teknologi sesuai yang diinginkan menjadi tanda seseorang tersebut percaya bahwa teknologi tersebut mudah untuk digunakan, begitu pula sebaliknya.
3. Jelas dan mudah dimengerti yaitu seseorang yang merasa suatu teknologi jelas dan dapat dipahami merupakan tanda seseorang tersebut percaya bahwa teknologi tersebut mudah digunakan, begitu pula sebaliknya.
4. Fleksibel yaitu seseorang yang merasa interaksinya terhadap teknologi bersifat fleksibel merupakan tanda bahwa

seseorang tersebut percaya bahwa teknologi mudah digunakan, begitu pula sebaliknya.

2.3.3 Persepsi Risiko

Persepsi risiko adalah suatu persepsi seseorang tentang ketidakpastian dan konsekuensi dalam melakukan suatu kegiatan (Jogiyanto, 2007). Menurut Smadi dalam (Hapsara, 2015) persepsi risiko merupakan persepsi pelanggan terhadap adanya konsekuensi negatif yang ingin dihindari seseorang ketika menggunakan suatu teknologi.

Risiko-risiko yang bisa terjadi ketika menggunakan *mobile banking* melalui beberapa modus :

1. Pembajakan nomor ponsel dan pencurian PIN *mobile banking* yaitu pengalihan nomor ponsel orang lain dengan cara melaporkan kehilangan kepada perusahaan operator telpon dan menerbitkan SIM *card* yang baru. Pembajakan nomor ponsel terjadi biasanya pada saat ponsel nasabah tidak aktif atau tidak mendapatkan sinyal.
2. Ponsel digunakan oleh orang lain, *mobile banking* dapat disalahgunakan jika ponsel nasabah digunakan oleh orang lain, baik itu karena dipinjamkan, dicuri, atau hilang (OJK, 2015 : 60-62)

Hal-hal yang dapat dilakukan untuk meminimalisir bahaya penyalahgunaan *mobile banking*, antara lain:

1. Merahasiakan PIN dan tidak menyimpan pada ponsel
2. Menggunakan PIN yang tidak mudah ditebak

3. Mengganti PIN secara berkala
4. Senantiasa memperhatikan notifikasi e-mail dari bank (OJK, 2015:61)

Menurut Pavlou dalam Rithmaya (2016:165) terdapat 3 indikator risiko sebagai berikut :

1. Transaksi tidak berisiko Mengalami kerugian
2. Keputusan untuk melakukan transaksi mutlak benar
3. Menguntungkan dalam hal biaya dan waktu

Menurut Poon dalam (Aryani, 2015) terdapat beberapa Indikator Risiko yaitu :

1. Memiliki risiko yang rendah
2. Aman dalam bertransaksi
3. Layanan bebas dari virus
4. Jaminan keamanan

2.4 Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah upaya memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah dalam mengimbangi keinginan dan harapan nasabah. Kualitas pelayanan ditentukan berdasarkan tingkat pentingnya pada dimensi-dimensi pelayanan.

Menurut Tjiptono (2006) kualitas layanan adalah keinginan nasabah berupa upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah untuk mengimbangi harapan nasabah. sedangkan Menurut Ridwan & Darmawan (2018) Kualitas pelayanan adalah seluruh aktivitas yang dilakukan pihak perbankan untuk memenuhi harapan nasabah. Untuk menciptakan kualitas layanan yang ideal harus diimbangi

dengan komitmen artinya layanan yang diberikan berupa kemampuan dalam memberi kemudahan kecepatan serta bersikap ramah dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

2.5 Mobile Banking

Mobile banking adalah sebuah fasilitas pelayanan yang memberikan fitur atau layanan yang dibuat sedemikian rupa oleh pihak perbankan agar memudahkan para nasabah dalam melakukan transaksi melalui *smartphone*.

Menurut Rahardjo (2002) terdapat beberapa keuntungan dari *mobile banking* yaitu aplikasi yang mudah dimengerti, layanan sangat mudah dijangkau, dan aman. Semakin pesatnya perkembangan teknologi, industri perbankan berlomba-lomba mengeluarkan terobosan terbaru yaitu *mobile banking*, yang menarik adalah dapat dilakukan 24 jam dan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja, selama masih terhubung dengan internet, yang lebih menarik nya nasabah dimudahkan mendapatkan informasi atas transaksi yang telah dilakukan, bukan hanya itu nasabah juga dapat menggunakan fitur-fitur yang telah disediakan seperti, pembayaran (PLN, listrik, asuransi), transfer dana, info saldo, mutasi rekening, melihat nilai tukar mata uang, pembelian pulsa dll. Tentunya fitur yang telah disediakan ini memberikan kemudahan bagi nasabah serta menarik pelanggan.

2.6 Penelitian Terkait

Berikut ini adalah beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang dijadikan sebagai bahan acuan atau referensi dalam penulisan ini berkaitan tentang *mobile banking*.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Maharani yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BNI (Studi Kasus BNI KCU Jakarta Pusat)” tahun 2020. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pengguna *mobile banking* Bank BNI KCU Jakarta Pusat, penelitian ini menggunakan Metode *Non Probability Sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Yang membedakan dengan penelitian ini yaitu pada beberapa variabel penelitian. Persamaan dan perbedaan pada skripsi peneliti dengan skripsi yang dilakukan oleh Maharani yaitu sama-sama meneliti tentang persepsi kemudahan, persepsi kegunaan sedangkan metode pengolahan data penelitian maharani menggunakan metode SEM-PLS (*Structural Equation Modeling- partial Least Square*)”.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Fahmi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan BRIS *Online* Pada BRI Syariah KC Banda Aceh” pada tahun 2020. Menggunakan

pendekatan kuantitatif. Memiliki sampel 92 responden. Hasil penelitian secara parsial variabel kualitas layanan berpengaruh positif sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Fahmi ialah variabel penelitian ini hanya menggunakan variabel kualitas layanan dan kualitas produk, sedangkan penelitian selanjutnya menggunakan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan kualitas layanan.

Ketiga, penelitian yang dilakukan Pranoto dan Setianegara (2020) “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *mobile banking* (studi kasus pada PT. Bank BRI KC Semarang Pedanaran)”

Keempat penelitian yang dilakukan oleh Fandi (2019) “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* PT Bank Syariah Mandiri Surabaya” tahun 2019. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data menggunakan SPSS dengan menggunakan metode *Non Probability Sampling* dengan jumlah sampel 120 responden. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa adanya pengaruh antara kualitas layanan dengan minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian peneliti ialah, pada penelitian sebelumnya menggunakan variabel kualitas layanan sebagai variabel X_1 dan variabel minat sebagai variabel Y, objek penelitian ini pada PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. Sedangkan peneliti menggunakan

variabel independen persepsi manfaat, persepsi kemudahan, risiko dan kualitas layanan. Persamaannya ialah menggunakan variabel kualitas layanan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Purwati yang berjudul “Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh)” tahun 2018. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan sampel 40 responden. Metode yang digunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian yang dilakukan Purwati menyimpulkan variabel persepsi kemudahan, persepsi risiko, persepsi biaya, dan kepatuhan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* sedangkan variabel persepsi manfaat berpengaruh negatif terhadap minat nasabah. Persamaan dan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Purwati dan peneliti adalah variabel dan objeknya.

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Mukhtisar (2020) “Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)”	Metode Analisis data menggunakan Regresi Linier Berganda	Variabel Efisiensi dan kemudahan berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i> sedangkan variabel keamanan berpengaruh negatif terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i>
1.	Maharani (2020) “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> BNI (Studi Kasus BNI KCU Jakarta Pusat)”	Metoda analisis data menggunakan <i>Component</i> atau <i>Variance Based Structural Equation Modeling</i> pengolahan data menggunakan program <i>Partial Least Square (Smart-PLS)</i>	Variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan kepercayaan berpengaruh baik terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>
2.	Fahmi (2020) “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan BRIS <i>Online</i> Pada BRI Syariah KC Banda Aceh”	Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>purposive sampling</i> , dan teknik analisis data menggunakan Regresi Linier Berganda	Kualitas layanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Sumber : Data diolah (2021)

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
3.	Pranoto dan Setianegara (2020) “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>mobile banking</i> (studi kasus pada PT. Bank BRI KC Semarang Pedanaran)”	Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>accidental sampling</i> , teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda	Persepsi Manfaat dan h kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> .
4.	Fandi (2019) “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> PT Bank Syariah Mandiri Surabaya”	Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berdampak baik terhadap minat nasabah
5.	Purwati (2018) “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh)	Teknik pengambilan sampling menggunakan <i>Purposive sampling</i> dan teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier	Variabel persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat nasabah penggunaan layanan <i>mobile banking</i>

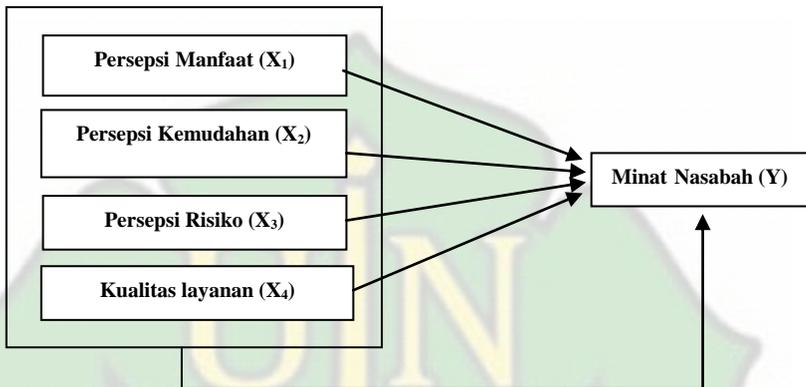
Sumber : data diolah, 2021

2.7 Kerangka Berpikir

Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas, perlu adanya kerangka pemikiran yang merupakan landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan, serta

menguji kebenaran dalam penelitian dan kerangka berpikir dengan skema hubungan variabel yang dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Sumber : Data diolah, 2021

2.8 Hipotesis

2.8.5. Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *mobile banking*

Davis (1989) mendefinisikan kemudahan sebagai keyakinan akan kemanfaatan, dimana seseorang yakin dengan menggunakan sistem tersebut dapat memberikan manfaat bagi yang memakainya. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa persepsi manfaat merupakan suatu proses kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang percaya terhadap suatu sistem maka dia akan terus menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa sistem tersebut kurang berguna maka dia tidak akan

menggunakannya. Dengan asumsi seseorang memiliki kepercayaan pada suatu sistem maka dia akan terus menggunakannya.

2.8.6. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *mobile banking*

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) Menurut Widjana (2010:33) persepsi kemudahan penggunaan berarti keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (*free of effort*). Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.

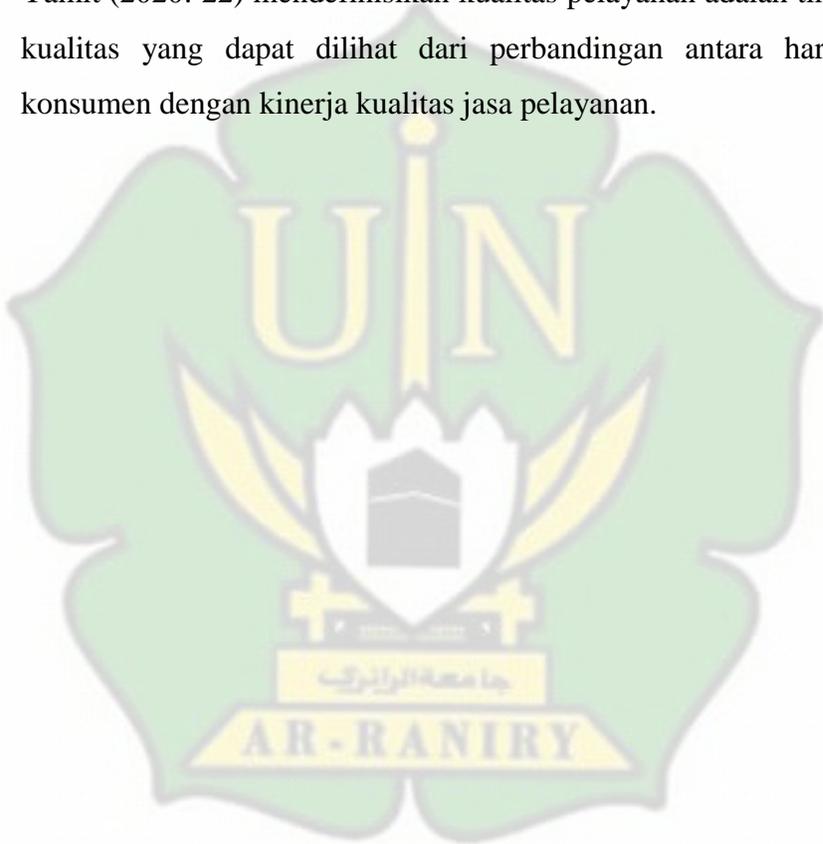
2.8.7. Pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan *mobile banking*

Menurut Featherman dan Pavlou (2002:1035) persepsi risiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan. Persepsi risiko merupakan bentuk penilaian atau suatu cara berpikir yang timbul dari situasi risiko yang didasari dari keyakinan/pengalaman para nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* itu sendiri.

2.8.8. Pengaruh kualitas layanan terhadap minat penggunaan *mobile banking*

Menurut Tjiptono (2007) bahwa kualitas layanan jasa pada bank harus mempunyai tingkat keunggulan yang diharapkan dapat

memenuhi tingkat keinginan nasabah yaitu *ekspektation* dan kinerja. Jika kualitas pelayanan yang dirasa sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan tersebut dikatakan berkualitas dan memuaskan. Menurut Olsen dan Wyckoff dalam Yamit (2020: 22) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah tingkat kualitas yang dapat dilihat dari perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja kualitas jasa pelayanan.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:8) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini meneliti mengenai persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan kualitas layanan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Dalam pemerolehan data penelitian ini menggunakan data primer dimana data tersebut dikumpulkan langsung oleh peneliti dari responden melalui kuesioner, kelebihan data primer ini peneliti mengumpulkan data yang sesuai dengan kebutuhan peneliti. Dalam hal ini, data kuantitatif yang diperlukan adalah jumlah pengguna aplikasi BRIS *Online*, ulasan yang tersedia di *Play store*, dan hasil kuesioner.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat atau wilayah penelitian ini dilakukan. Lokasi pada penelitian ini bertempat di PT. Bank BRI Syariah KC Banda Aceh. Peneliti memutuskan untuk memilih lokasi tersebut dikarenakan selain letak lokasi yang strategis, dan sebelumnya kantor cabang tersebut merupakan kantor Cabang BRI

Syariah. Sebelumnya peneliti juga telah melakukan survei lapangan dan menemukan keluhan dari nasabah terkait *mobile banking* dan pelayanan. Sehingga peneliti memutuskan Kantor Cabang PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Banda Aceh Daud Beureueh 2 sebagai objek dalam penelitian ini.

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2010) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek/objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi karakteristik yaitu nasabah yang menggunakan *mobile banking* dan yang mengenal *mobile banking*. Populasi yang akan dijadikan objek dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BRI Syariah KC Banda Aceh.

Pertumbuhan jumlah nasabah yang menginstal aplikasi BRIS *Online* di play Store (2020) sudah mencapai lebih dari lima ratus ribu orang (500.000+). Hal ini menjadi tidak mudah untuk mengetahui pasti jumlah nasabah BRI Syariah KC Banda Aceh yang menggunakan aplikasi BRIS *Online*, maka populasi dalam penelitian ini dianggap tidak diketahui.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Nonprobability Sampling*. Hal ini dikarenakan pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono dalam Fahmi,2020). Pada penelitian ini

menggunakan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018) menyatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Alasan menggunakan *purposive sampling* karena peneliti menggunakan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti untuk memilih sampel. Karakteristik responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Responden yang sedang atau pernah menggunakan BRIS *Online*
2. Responden merupakan nasabah BRI Syariah KC Banda Aceh
3. Nasabah yang paham mengoperasikan aplikasi BRIS *Online*

Dikarenakan populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka untuk menentukan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (Riduwan & Akdon, 2010).

$$n = \frac{Z_a^2 \cdot p \cdot Q}{L^2} \quad (3.1)$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z_a = Nilai Standar dari distribusi sesuai nilai $a=5\%=1.96$

P = Prevalensi outcome, karena data belum didapat, maka dipakai $50\%=0,5$

Q = $1-P$

L = Tingkat ketelitian 10%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka dapat diketahui jumlah keseluruhan sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot Q}{L^2}$$
$$n = \frac{1,92^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{0,1^2}$$
$$n = \frac{1,92^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,1^2}$$
$$n = \frac{3,6864 \times 0,5 \times 0,5}{0,01}$$
$$n = 92,16$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 92 responden yang akan dibukatkan oleh peneliti menjadi 100 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus Lemeshow (1997) karena populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah.

3.4 Teknik dan Pemerolehan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner (angket). Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2009). Jenis angket atau kuesioner yang digunakan ialah angket tertutup dimana pertanyaan atau pernyataan sudah disediakan dan

responden memilih jawaban yang sudah tertera. Alasan peneliti menggunakan angket tertutup karena data dapat diolah dan mudah diberi skor dan tidak mengambil terlalu banyak waktu nasabah untuk menjawab suatu pernyataan.

3.5 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan teknik penentuan skor terhadap angket yang disebarakan kepada responden, yaitu dengan menggunakan skala ordinal. Menurut Sugiyono (2017), skala ordinal merupakan skala yang membedakan kategori berdasarkan tingkat atau urutan.

Skala ordinal yang digunakan dalam penelitian ini ditunjukkan untuk mengukur respon subjek ke dalam lima kategori sikap, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (R), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

3.6 Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan empat variabel independen yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudan, risiko dan kualitas layanan dengan satu variabel independen yaitu Minat nasabah. Definisi dari masing-masing operasional variabel ialah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Persepsi Manfaat (X1)	Menurut Jogiyanto (2007) Persepsi manfaat adalah persepsi yang dihasilkan seseorang ketika menggunakan teknologi informasi untuk menunjang pekerjaan	Davis (1989) dalam Afifah 2017:33) : 1. <i>Work More Quickly</i> 2. <i>Job Performance</i> 3. <i>Increase Productivity</i> 4. <i>Effectiveness</i> 5. <i>Male Job Easier</i> 6. <i>Usefulness</i>	Ordinal
Persepsi Kemudahan (X2)	Menurut Jogiyanto (2007) Persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan yang dimiliki seseorang tentang teknologi informasi yang mudah digunakan dan dipelajari ketika menggunakan teknologi tersebut	Menurut Davis dan Venkatesh (2000) : 1. Menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> dapat mengefisiensi waktu nasabah. 2. Jaringan internet yang lancar dan cepat dapat melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja. 3. Fitur-fitur dalam aplikasi <i>mobile banking</i> sangat lengkap dan mudah mengerti. 4. Sistem layanan mudah digunakan dan cepat. 5. Layanan yang ada pada <i>mobile banking</i> sangat mudah untuk dipelajari.	Ordinal

Tabel 3.2 - lanjutan

Persepsi Risiko (X3)	Menurut Leeraphong & Marjo dalam Oktabriontono (2017) persepsi risiko meliputi dari ketidakpastian dan kosekuensi yang terkait dengan setiap aktivitas yang dilakukan setiap orang akan memikirkan pilihan yang aman bagi mereka.	Menurut Poon dalam Aryandi (2015) indikator variabel risiko yaitu : 1. Tidak memiliki risiko yang tinggi 2. Keamanan transaksi 3. Keamanan fasilitas dari bahaya virus 4. Jaminan keamanan	Ordinal
Kualitas Layanan (X4)	Menurut Ridlwan & Darmawan (2018) kualitas layanan merupakan salah satu perangkat karakteristik dalam layanan pelanggan, yang merupakan kriteria penting yang menarik perhatian pelanggan sehingga pelanggan dapat memutuskan apakah akan melakukan <i>transaksi online</i> .	Menurut Tjiptono (2016): 1. Berwujud 2. Empati 3. Tanggap 4. Keandalan 5. Jaminan	Ordinal
Minat Nasabah (Y)	Menurut Jogiyanto (2007) minat adalah keinginan seseorang untuk melakukan suatu tugas tertentu.	Ledesman (2018) 1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat eksploratif	Ordinal

Sumber: Data diolah, 2021

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan analisis kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka dan data perhitungannya menggunakan bantuan pengolah dan statistik yaitu SPSS versi 20.

3.7.1 Stasistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017: 147) analisis statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum maupun generalisasi. Analisis deskriptif dalam penelitian ini ialah menyajikan dan memberikan gambaran data dari jawaban kuesioner yang telah disebarkan kepada responden.

3.8 Uji Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Riyanto & Hatmawan (2020:63) Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihah suatu instrumen penelitian. Pengujian validitas itu mengacu pada sejauh mana instrumen dalam menjalankan fungsi. Perhitungan uji validitas dari sebuah instrumen dapat menggunakan rumus korelasi *product moment* atau dikenal dengan korelasi pearson. Rumus yang digunakan untuk menghitung tingkat validitas adalah *Pearson Correlation Product Moment*, sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}} \quad (3.2)$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara skor butir dan skor total

N = Jumlah Responden

Σx = Jumlah Skor item

Σy = Jumlah Skor total

Σxy = Jumlah perkalian antara skor butir dengan skor total

Σx^2 = Jumlah kuadrat skor butir

Σx^2 = Jumlah kuadrat skor butir

Σy^2 = Jumlah kuadrat skor total

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menurut Ghazali (2011:47) ialah suatu alat yang digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur. Uji reliabilitas dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Dalam program SPSS metode yang sering digunakan untuk uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha (a)*. jika nilai *Cronbach Alpha (a)* >0,6 maka dikatakan reliabel. Menurut Silalahi dalam Fahmi (2020) rumus untuk menguji reliabilitas adalah menggunakan koefisien *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$ac = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (3.3)$$

Keterangan :

ac = Koefisien Alpha Cronbach

k = Jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah Varian butir

σ_t^2 = Varian total

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi terdapat suatu variabel dependen dan independen mempunyai distribusi normal atau tidak normal, untuk melihat residual memiliki distribusi normal atau tidak dapat dilihat melalui analisis grafik dan analisis statistik.

- 1). Analisis Grafik, adalah cara termudah untuk mengetahui normalitas dengan membandingkan antara observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal, ini menunjukkan pola berdistribusi normal. Namun jika data menyebar jauh dari garis diagonal serta tidak mengikuti arah garis diagonal maka hal ini tidak menunjukkan pola berdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.
- 2). Analisis Statistik non-parametrik Uji *Kolmogrof-Smirnov* (KS), menurut Sulyanto (2011:75) dasar pengambilan keputusan dari analisis ini apakah model regresi memenuhi asumsi normalitas sebagai berikut :
 1. Apabila nilai Sig >alpha maka nilai residual berdistribusi normal.
 2. Apabila nilai Sig <alpha maka nilai residual berdistribusi tidak normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk melihat apakah terdapat korelasi atau tidak dalam model regresi. Menurut Ghazali (2016:170) untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *tolerance* yaitu apabila nilai *tolerance* $<0,10$ atau VIF >10 maka terdapat multikolinieritas atau sebaliknya jika nilai *tolerance* $>0,10$ dan VIF <10 maka dapat menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya dalam suatu model regresi (Amanullah, 2014). Ketika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain ini disebut homoskedastisitas, model regresi yang baik adalah homoskedastisitas, ketika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, inilah yang disebut dengan heteroskedastisitas yang dapat dideteksi dengan beberapa cara ada atau tidaknya heteroskedastisitas (Amanullah, 2014):

- a. Jika terdapat pola tertentu (misalnya bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.9 Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dianalisis secara kuantitatif yang dalam perhitungannya menggunakan metode statistik dibantu dengan program pengolahan dan statistik yaitu SPSS. Regresi linier berganda adalah regresi linear dimana sebuah variabel terikat (variabel Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (Hasan, 2009).

Dalam proses analisis data akan dilakukan uji asumsi klasik dan uji kelayakan model (*goodness of fit model*). Uji asumsi klasik terdiri dari uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas. Sedangkan dalam uji kelayakan model (*goodness of fit model*) terdiri dari uji model (uji F), dan uji koefisien regresi (uji t). Setelah data diproses dan dianalisis, data akan diinterpretasikan untuk mendapatkan kesimpulan dan saran.

3.10 Uji Hipotesis

Sugiyono (2016:96) menyatakan bahwa hipotesis adalah jawaban terhadap rumusan masalah penelitian, rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk pernyataan. Hipotesis dibagi menjadi dua yaitu :

- 1). Hipotesis nol (H_0) hipotesis nol ialah suatu pernyataan yang tidak ditolak jika data sampel tidak memberikan cukup bukti yang meyakinkan bahwa datanya adalah salah. (Mason dan Lin dalam Mastura, 2018)
- 2). Hipotesis alternatif (H_a) adalah suatu pernyataannya yang diterima data populasi atau sampel memberikan bukti bahwa hipotesis nol adalah salah.

3.10.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji T (parsial) pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan tingkat signifikansi antara variabel bebas dengan variabel terikat dengan tingkat signifikansi pada penelitian ini 5%. Jika hasil $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} dengan taraf signifikan 5%, maka variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat H_0 ditolak, namun apabila angka probabilitas signifikansi $<5\%$, maka H_0 diterima (Ghozali, 2013:97).

3.10.2 Uji F (Uji Simultan)

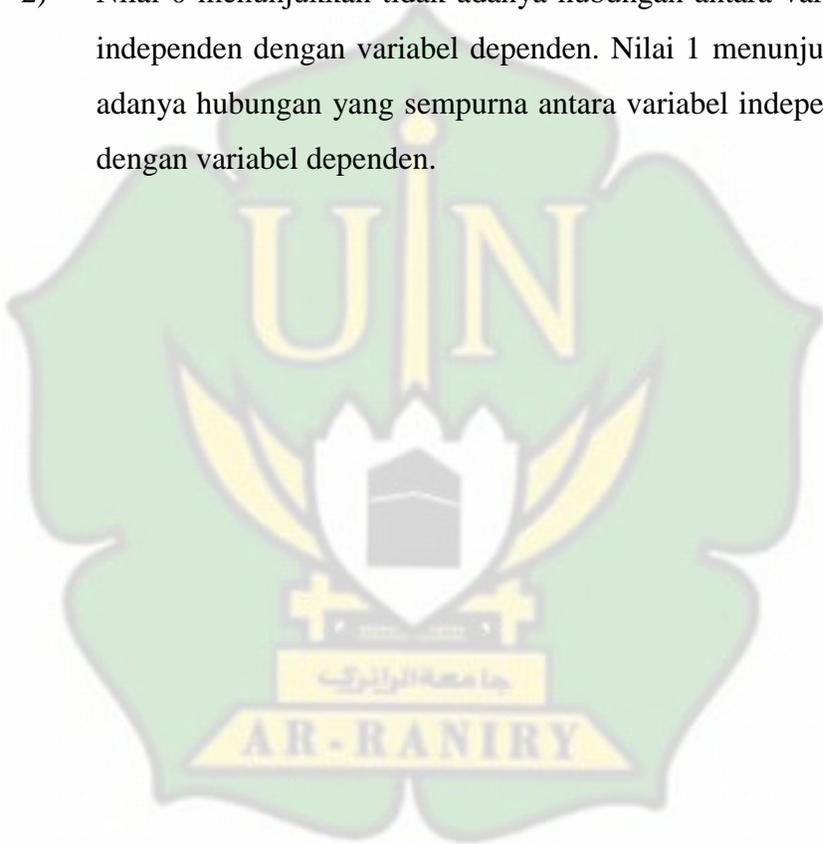
Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa variabel independen secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen, jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama (Bawono, 2006).

3.10.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen,

atau sejauh mana kontribusi variabel mempengaruhi variabel dependen (Bawono, 2006). Ciri-ciri nilai R^2 adalah :

- 1) Besarnya nilai koefisien determinasi terletak antara 0 sampai dengan 1, atau ($0 \leq R^2 \leq 1$).
- 2) Nilai 0 menunjukkan tidak adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai 1 menunjukkan adanya hubungan yang sempurna antara variabel independen dengan variabel dependen.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambar Umum Objek Penelitian

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia Pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya No.110/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRI Syariah secara resmi beroperasi. PT. Bank BRI Syariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam (BRI Syariah, 2022).

Dua tahun lebih PT. Bank BRI Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan financial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai dengan harapan nasabah dengan prinsip syariah.

Kehadiran PT. Bank BRI Syariah ditengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntunan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekilas PT. Bank BRI Syariah yang mampu melayani masyarakat dalam

kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan *brand* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

Aktivitas PT. Bank BRI Syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk untuk melebur ke dalam PT. Bank BRI Syariah (proses spin off) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank BRI (persero) Tbk dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRI Syariah.

PT. BRI Syariah menjadi Bank Syariah ketiga terbesar berdasarkan asset PT. BRI Syariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi asset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Fokus pada segmen menengah bawah, PT. Bank BRI Syariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan pelayanan perbankan.

Namun pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta

komitmen pemerintah melalui kementrian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerinan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern dan Universal memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil'Aalamiin*).

4.2 Visi Misi Bank BRI Syariah (BSI)

4.2.1 Visi BSI

“Top 10 global Islamic Bank”. Menciptakan Bank Syariah yang masuk ke dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan. (BSI, 2021)

4.2.2 Misi BSI

1. Memberikan akses solusi keuangan Syariah di Indonesia. “Melayani >20 juta nasabah dan top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 Tdi tahun 2025.”
2. Menjadi Bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. “top 5bank yang paling profitabel di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).”
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. “perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat dengan nilai yang kuat dan

memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.”

4.3 Deskripsi Data Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap nasabah BRI Syariah KC Banda Aceh dengan sampel yang diperlukan sebesar 100 responden. Peneliti menggunakan metode *Non Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. Sehingga sampel harus memenuhi kriteria yang telah peneliti terapkan. Secara ringkas dan jelasnya dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-Laki	55
2	Wanita	45
Total		100

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang mengisi kuesioner adalah pria dengan jumlah 55 responden dan wanita 45 responden.

Tabel 4.2
Usia Responden

No	Umur	Jumlah
1	<25	31
2	30-35	40
3	>35	29
Total		100

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas dapat disimpulkan bahwa semua kalangan sudah menggunakan *mobile banking*, baik remaja, orang dewasa hingga orang tua juga sudah banyak yang menggunakan *mobile banking*.

Tabel 4.3
Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah
1	Wiraswasta	20
2	Mahasiswa/pelajar	29
3	PNS/TNI/POLRI	21
4	Karyawan	21
5	Lainnya	9
Total		100

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berdasarkan pekerjaan ialah Mahasiswa/pelajar dengan jumlah 29 responden, diantara pekerjaan lainnya yaitu sebagai karyawan sebanyak 21 responden, PNS/TNI/POLRI sebanyak 21 responden, Wiraswasta sebanyak 20 responden, dan untuk pekerjaan lainnya ada 9 responden.

4.4 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini menggambarkan variasi jawaban dari setiap item pernyataan variabel yang telah diisi oleh 100 responden pada kuesioner yang telah dibagikan. Kemudian variasi hasil jawaban responden tersebut diolah menggunakan metode statistik dan disajikan secara jelas pada tabel berikut :

4.4.1 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Persepsi Manfaat (X_1)

Variabel persepsi manfaat (X_1) dalam penelitian ini mengukur 6 indikator yang merupakan hasil jawaban responden yaitu meliputi indikator dari hasil yang diperoleh dijelaskan secara ringkas pada tabel berikut :

Tabel 4.4
Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Manfaat (X_1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	N	Jumlah Skor	Rata-rata
		1	2	3	4	5			
Variabel Persepsi Manfaat									
1.	<i>Mobile Banking</i> adalah jenis layanan yang memiliki manfaat	1	1	7	25	66	100	454	4,54
2.	Manfaat menggunakan <i>mobile banking</i> dapat membuat pekerjaan lebih cepat dalam bertransaksi	1	3	3	29	64	100	452	4,52
3.	Menurut saya penggunaan <i>mobile banking</i> lebih efektif	3	1	5	36	55	100	439	4,39
4.	Menggunakan layanan <i>mobile banking</i> dapat membuat saya lebih produktif	1	3	12	36	48	100	427	4,27

5.	Menurut saya menggunakan layanan <i>mobile banking</i> dapat menjadikan pekerjaan lebih mudah	1	2	5	35	57	100	445	4,45
6.	Layanan <i>mobile banking</i> berguna bagisaya untuk bertransaksi	2	2	6	38	52	100	447	4,47
	Total Rata-rata								4,44

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 akumulasi perhitungan data menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden terhadap setiap item pernyataan untuk variabel Persepsi manfaat (X1) yaitu 4,44 atau jika dibulatkan menjadi 4 yang berarti rata-rata responden menjawab setuju.

4.4.2 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Persepsi Kemudahan (X₂)

Variabel persepsi kemudahan (X₂) dalam penelitian ini mengukur 6 indikator. Dari hasil yang diperoleh jelaskan secara ringkas pada tabel berikut :

Tabel 4.5
Jawaban Responden Terhadap Vriabel Persepsi Kemudahan
(X₂)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	N	Jumlah Skor	Rata-rata
		1	2	3	4	5			
Variabel Persepsi Kemudahan									
1.	Menurut saya menggunakan layanan <i>mobile banking</i> dapat mengefisiensi waktu, karena tidak perlu pergi ke ATM ataupun ke kantor Bank	1	1	5	43	50	100	425	4,25
2.	Dengan jaringan internet yang lancar dapat memudahkan untuk melakukan transaksi kapan saja dan diman saja	2	-	8	47	43	100	429	4,29
3.	Fitur- fitur dalam aplikasi <i>mobile banking</i> mudah dimengerti	-	3	15	40	42	100	421	4,21
4.	Sistem layanan pada <i>mobile banking</i> mudah digunakan dan cepat	1	3	10	45	41	100	422	4,22
5.	Layanan <i>mobile banking</i> mudah untuk dipelajari	-	3	12	40	45	100	430	4,30
6.	Menurut saya <i>mobile banking</i> adalah suatu aplikasi layanan bertransaksi yang fleksibel	-	2	13	42	42	100	436	4,36
	Total Rata-rata								4,27

Sumber : Data diolah, 2021

Dari hasil akumulasi perhitungan data menunjukkan bahwa rata- rata jawaban responden terhadap setiap item pernyataan untuk

variabel Persepsi kemudahan (X₂) yaitu 4,27 atau jika dibulatkan menjadi 4 yang berarti rata-rata responden menjawab setuju.

4.4.3 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Persepsi Risiko (X₃)

Variabel persepsi Risiko (X₃) dalam penelitian ini mengukur 4 indikator. Dari hasil yang diperoleh dijelaskan secara ringkas pada tabel berikut :

Tabel 4.6
Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Risiko (X₃)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	N	Jumlah Skor	Rata-rata
		1	2	3	4	5			
Variabel Risiko									
1.	Layanan pada <i>mobile banking</i> tidak memiliki risiko yang tinggi karena transaksi dilakukan sendiri	-	1	26	46	27	100	399	3,99
2.	<i>Mobile banking</i> adalah jenis layanan bertransaksi aman	1	2	28	41	28	100	393	3,93
3.	<i>Mobile banking</i> memiliki tingkat keamanan yang baik dari bahaya virus	1	1	29	45	24	100	390	3,90
4.	Bank menjamin keamanan transaksi dan keuangan nasabah yang dilakukan melalui <i>mobile banking</i>	-	3	17	47	32	100	422	4,22
	Total Rata-rata								4,01

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 akumulasi perhitungan data menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden terhadap setiap item pernyataan untuk variabel risiko (X3) yaitu 4,01 atau jika dibulatkan menjadi 4 yang berarti rata-rata responden menjawab setuju.

4.4.4 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Layanan (X₄)

Variabel persepsi kualitas layanan (X₄) dalam penelitian ini mengukur 5 indikator. Dari hasil yang diperoleh dijelaskan secara ringkas pada tabel berikut :

Tabel 4.7
Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan (X₄)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	N	Jumlah Skor	Rata-rata
		1	2	3	4	5			
Variabel Kualitas Layanan									
1.	Menurut saya aplikasi layanan <i>mobile banking</i> sangat bagus dan menarik	1	1	8	52	38	100	425	4,25
2.	<i>Mobile banking</i> dapat membantu kesulitan nasabah (misalnya ketika akan mencari lokasi ATM terdekat)	2	-	7	43	48	100	435	4,35
3.	Transaksi melalui <i>mobile banking</i> lebih cepat dan tanggap	1	4	4	40	51	100	406	4,06

4.	Layanan transaksi melalui mobile banking dapat diandalkan	-	3	10	39	48	100	576	5,76
5.	Bank menjamin tingkat keamanan data dan keuangan nasabah yang bertransaksi melalui <i>mobile banking</i>	-	4	11	39	46	100	427	4,27
Total Rata-rata									4,53

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 akumulasi perhitungan data menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden terhadap setiap item pernyataan untuk variabel kualitas layanan (X4) yaitu 4,53 atau jika dibulatkan menjadi 4 yang berarti rata-rata responden menjawab setuju.

4.4.5 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Minat (Y)

Variabel Minat (Y) dalam penelitian ini mengukur 3 indikator. Dari hasil yang diperoleh dijelaskan secara ringkas pada tabel 4.8 berikut :

Tabel 4.8
Jawaban Responden Terhadap Minat (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	N	Jumlah Skor	Rata-rata
		1	2	3	4	5			
Variabel Minat									
1.	Saya berniat menggunakan fasilitas <i>mobile banking</i> dimasa yang akan datang	1	1	12	37	49	100	432	4,32
2.	Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan <i>mobile banking</i>	1	1	14	34	50	100	431	4,31
3.	Saya tertarik untuk menggunakan layanan <i>mobile banking</i> setelah mendapatkan informasi dari teman atau kerabat	1	2	11	38	48	100	430	4,30
	Total Rata-rata								4,31

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 akumulasi perhitungan data menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden terhadap setiap item pernyataan untuk variabel Persepsi manfaat (X_1) yaitu 4,31 atau jika dibulatkan menjadi 4 yang berarti rata-rata responden menjawab setuju.

4.5 Uji Instrumen

4.5.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji untuk melihat valid atau tidaknya suatu kuesioner yang telah di lampirkan. Pernyataan dinyatakan

valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel. Rumus mencari r tabel dengan taraf signifikan 5% yaitu, df (derajat kebebasan) = $n-2 = 100 - 2 = 98$. Berdasarkan distribusi r tabel *product moment*, maka r tabel pada penelitian ini yaitu 0,195. Dari uji validitas ini didapatkan hasil yang dijelaskan secara ringkas pada tabel 4.9 berikut.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i> (r-hitung)	r-tabel	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	PM1	0,883	0,195	Valid
	PM2	0,856	0,195	Valid
	PM3	0,915	0,195	Valid
	PM4	0,885	0,195	Valid
	PM5	0,883	0,195	Valid
	PM6	0,819	0,195	Valid
Persepsi Kemudahan (X2)	PK1	0,792	0,195	Valid
	PK2	0,830	0,195	Valid
	PK3	0,848	0,195	Valid
	PK4	0,891	0,195	Valid
	PK5	0,862	0,195	Valid
	PK6	0,746	0,195	Valid
Risiko (X3)	R1	0,835	0,195	Valid
	R2	0,829	0,195	Valid
	R3	0,837	0,195	Valid
	R4	0,772	0,195	Valid
Kualitas Layanan (X4)	KL1	0,841	0,195	Valid
	KL2	0,914	0,195	Valid
	KL3	0,868	0,195	Valid
	KL4	0,871	0,195	Valid
	KL5	0,832	0,195	Valid

Minat (Y)	M1	0,954	0,195	Valid
	M2	0,924	0,195	Valid
	M3	0,908	0,195	Valid

Sumber : Data diolah, 2021

Karena nilai signifikansi semua indikator setiap variabel bernilai 0,000 atau lebih kecil dari tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Berdasarkan hasil uji validitas ternyata semua item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid.

4.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap pernyataan dalam hal ini kuisisioner dapat digunakan lebih dari satu kali oleh responden yang sama. Kuesioner dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60. Dari hasil uji reliabilitas setiap variabel dalam penelitian ini mendapatkan hasil sebagaimana secara jelas dalam tabel berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1.	Persepsi Manfaat (X1)	6	0,937	<i>Reliabel</i>
2.	Persepsi Kemudahan (X2)	6	0,918	<i>Reliabel</i>
3.	Risiko (X3)	4	0,844	<i>Reliabel</i>
4.	Kualitas Layanan (X4)	5	0,921	<i>Reliabel</i>
5.	Minat (Y)	3	0,920	<i>Reliabel</i>

Sumber : Data diolah, 2021

Karena nilai *Cronbach's Alpha* pada setiap variabel lebih besar dari 0.8, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel reliabel.

4.6 Uji Asumsi Klasik

4.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel residual memiliki distribusi normal (Amanullah, 2014). Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Uji *Kolmogorov Smirnov* :

Tabel 4.11
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
Most Extreme Differences	Srd. Deviation	1,04960398
	Absolute	,087
	Positive	,072
	Negative	-,087
Test Statistic		,087
Asymp. Sig. (2-tailed)		,059 ^c

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada *uji kolmogorov* adalah 0,059. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

4.6.2 Uji Multikolinieritas

Uji *multikolinieritas* bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi :

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,601	,780		-,770	,443		
	Persepsi Manfaat	,094	,052	,179	1,817	,072	,237	4,217
	Persepsi Kemudahan	,157	,051	,278	3,098	,003	,287	3,487
	Risiko	-,008	,057	-,010	-,143	,886	,494	2,023
	Kualitas Layanan	,333	,058	,511	5,759	,000	,292	3,419

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, menunjukkan bahwa semua nilai VIF dari masing-masing variabel <10 dan *tolerance*> 0,10 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi kasus multikolonieritas.

4.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji ada tidaknya *varians* yang tidak sama pada residual antar pengamatan suatu dengan pengamatan yang lain dalam model regresi (Ghozali, 2013). Dalam menguji heteroskedastisitas dapat menggunakan uji koefisien korelasi *Rank Spearman* dimana tujuannya untuk

mengkorelasikan residual absolut dari hasil regresi dengan semua variabel independen. Jika signifikansi hasil korelasi $< 0,05$, persamaan regresi termasuk heteroskedastisitas.

Pengujian heteroskedastisitas ini menggunakan metode *Spearman Rho* dan didapatkan hasil sebagaimana pada tabel berikut :

Tabel 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations						
Spearman's rho		PM1	PK2	R3	KL4	Unstandar dized Residual
	Correlation Coefficient	1,000	,726**	,400**	,625**	,040
PM1	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,692
	N	100	100	100	100	100
	Correlation Coefficient	,726**	1,000	,503**	,630**	,002
PK2	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,984
	N	100	100	100	100	100
	Correlation Coefficient	,400**	,503**	1,000	,664**	-,004
R3	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000	,971
	N	100	100	100	100	100
	Correlation Coefficient	,625**	,630**	,664**	1,000	,048
KL4	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,634
	N	100	100	100	100	100
Unstandar dized Residual	Correlation Coefficient	,040	,002	-,004	,048	1,000
	Sig. (2-tailed)	,692	,984	,971	,634	.
	N	100	100	100	100	100

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

Sumber : Data diolah, 2021

Dapat dilihat dari hasil tabel di atas bahwa nilai Sig.(2-tailed) masing-masing variabel lebih besar dari 0.05, dan dapat

disimpulkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas pada data.

4.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Tujuan Analisis linear berganda yaitu untuk melihat hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Dari hasil analisis dapat dijelaskan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 4.14
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-,601	,780
	Persepsi Manfaat	,094	,052
	Persepsi Kemudahan	,157	,051
	Resiko	-,008	,057
	Kualitas Layanan	,333	,058

Sumber : Data diolah, 2021

Dari hasil uji regresi linier berganda pada tabel 4.14 di atas dapat diambil kesimpulan bahwa :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = -0,601 + 0,094 X_1 + 0,157 X_2 - 0,008 X_2 + 0,333 X_4 + e$$

1. Nilai konstanta pada uji ini yaitu sebesar -0,601, artinya apabila variabel independen memiliki nilai 0 maka variabel dependen memiliki nilai sebesar -0,601.

2. Nilai koefisien pada variabel Persepsi Manfaat (X_1) adalah sebesar 0.094, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Persepsi Manfaat (X_1) mengalami kenaikan 1 satuan, maka variabel Minat (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.094. Nilai positif pada Koefisien artinya terjadi hubungan positif antara Persepsi Manfaat dengan Minat.
3. Nilai koefisien pada variabel Persepsi Kemudahan (X_2) adalah sebesar 0.157, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Persepsi Kemudahan (X_2) mengalami kenaikan 1 satuan, maka variabel Minat (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.157. Nilai positif pada Koefisien artinya terjadi hubungan positif antara persepsi kemudahan dengan Minat.
4. Nilai koefisien pada variabel Risiko (X_3) adalah sebesar - 0.008, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan X_3 mengalami kenaikan 1 satuan, maka variabel Minat (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,008. Nilai negatif pada Koefisien artinya terjadi hubungan negatif antara Risiko (X_3) dengan Minat (Y).
5. Nilai koefisien pada variabel kualitas layanan (X_4) adalah sebesar 0.333, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas layanan (X_4) mengalami kenaikan 1 satuan, maka variabel Minat (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.333. Nilai positif pada Koefisien artinya terjadi hubungan positif antara kualitas layanan (X_4) dengan Minat (Y).

4.8 Hasil Pengujian Hipotesis

4.8.1 Uji F (Simultan)

Uji F disebut dengan analisis *variance*. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh secara bersama- sama terhadap variabel dependen secara signifikan. Untuk mengetahui hasil uji F ini yaitu dengan cara membandingkan nilai F hitung dan F tabel jika F hitung $<$ F tabel, maka H_0 ditolak, dan F hitung $>$ F tabel H_a diterima. Pada penelitian ini memiliki nilai F tabel yaitu 2,47 dengan nilai probabilitas 0,05. Hasil dari uji F ini dapat dijelaskan pada tabel berikut :

Rumus mencari F tabel derajat kebebasan (db) :

$$Db1 = m - 1 = 5 - 1 = 4 \quad (4.1)$$

$$Db2 = n - m \\ = 100 - 4 = 96$$

$$F_{tabel} = 2,47$$

$$84,616 > 2,47 \text{ (signifikan)}$$

Keterangan:

M= Jumlah variabel

n= jumlah sampel

Tabel 4.15
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	388,575	4	97,144	84,616	,000 ^b
	Residual	109,065	95	1,148		
	Total	497,640	99			

a. Dependent Variable: Minat
b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Risiko, Persepsi kemudahan, Persepsi Manfaat

Sumber: Data diolah, 2021

Dari tabel 4.15 diketahui bahwa nilai F hitung $84,616 > F$ tabel 2,47 dan nilai signifikansinya yaitu $< 0,05$. Maka hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Sehingga dapat dikatakan H_0 ditolak H_a diterima.

4.8.2 Uji t (Uji Parsial)

Uji t ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji t ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dan juga nilai signifikansi $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$. Pada penelitian ini menggunakan t_{tabel} nya yaitu 1,66105. Dari hasil uji statistik yang dilakukan terdapat hasil sebagai berikut :

Rumus

$$t_{tabel} : Df = n - k = 100 - 5 = 95 \quad (4.2)$$

T tabel (95,5%) = 1,66105

N = Jumlah sampel

K = Jumlah variabel

Tabel 4.16
Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,601	,780		-,770	,443
	Persepsi Manfaat	,094	,052	,179	1,817	,072
	Persepsi Kemudahan	,157	,051	,278	3,098	,003
	Risiko	-,008	,057	-,010	-,143	,886
	Kualitas Layanan	,333	,058	,511	5,759	,000

Sumber : Data diolah, 2021

Menurut hasil pengujian dari tabel 4.16 dapat kita ketahui bahwa :

- 1) Variabel persepsi manfaat (X_1) memiliki $t_{hitung} 1,817 > t_{tabel} 1,66105$ artinya ada pengaruh persepsi manfaat terhadap minat nasabah, yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 2) Variabel persepsi kemudahan (X_2) $t_{hitung} 3,098 > t_{tabel} 1,66105$ artinya ada pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat nasabah, yang berarti H_0 ditolak dan H_2 diterima.
- 3) Variabel risiko (X_3) $t_{hitung} 0,143 < t_{tabel} 1,66105$ artinya variabel risiko tidak berpengaruh terhadap minat nasabah, yang berarti H_0 diterima dan H_3 ditolak.

- 4) Variabel kualitas layanan (X_4) $t_{hitung} 5,759 > t_{tabel} 1,66105$ artinya variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap minat nasabah, yang berarti H_0 ditolak dan H_4 diterima.

4.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,884 ^a	,781	,772	1,071

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.17 maka dapat dilihat bahwa nilai dari *adjusted R Square* adalah sebesar 0,781. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat sebesar 78,1 %, sedangkan sisanya sebesar 21,9 dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

4.9 Pembahasan Hasil Penelitian

4.9.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Hasil menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* ini menunjukkan penelitian ini mendukung hipotesis (H_1). Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis statistik menunjukkan nilai $t_{hitung} 1,817 > t_{tabel} 1,66105$ sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah.

Hasil penelitian ini mendukung teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang diperkenalkan oleh Davis (1989), dimana dalam teori TAM mengasumsikan bahwa penerimaan seseorang atas teknologi informasi dipengaruhi oleh variabel persepsi manfaat.

Persepsi manfaat berkaitan dengan kegunaan suatu teknologi untuk meningkatkan produktivitas dan efektivitas kinerja dari si pengguna teknologi. Hal ini dilihat dari kemampuan seseorang dalam mengoperasikan dan memanfaatkan teknologi, semakin baik seorang menggunakan suatu teknologi maka semakin banyak manfaat yang dapat dirasakan, hal inilah yang membuat pengguna merasakan manfaat yang berbeda-beda.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, yakni terhadap hasil penelitian Ahmad dan Pambudi (2014) dan Oktabriantono dkk (2017). Dalam penelitian tersebut menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Akan tetapi hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Anendro (2016) dan Rahayu (2015) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Semakin nasabah merasakan manfaat *mobile banking* dalam hal meningkatkan kinerja maka akan semakin sering untuk

menggunakannya. Persepsi manfaat berkaitan dengan efektivitas dan produktivitas untuk meningkatkan kinerja. Sehingga apabila nasabah merasa layanan *mobile banking* memberikan manfaat, maka akan timbul dorongan untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

4.9.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Berdasarkan tabel 4.14 hasil penelitian ini mendukung hipotesis kedua (H_2), bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Hal ini ditunjukkan melalui hasil uji statistik dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan memiliki $t_{hitung} 3.098 > t_{tabel} 1,66105$. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan “persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*” adalah diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yakni penelitian Purwati (2018) dan penelitian Oktabriantono dkk (2017), penelitian sebelumnya menemukan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Hasil penelitian ini konsisten dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989), dimana dalam teori TAM mengasumsikan bahwa penerimaan seseorang atas teknologi informasi dipengaruhi oleh variabel persepsi kemudahan penggunaan.

Berdasarkan analisis ini mengindikasikan persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, dimana semakin mudah *mobile banking* dioperasikan, maka semakin sering *mobile banking* digunakan oleh nasabah. Masyarakat sebagai nasabah akan merasa nyaman apabila layanan *mobile banking* mudah untuk digunakan, pengoperasian yang dapat dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha, dan sesuai dengan apa yang ingin nasabah butuhkan.

4.9.3 Pengaruh Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Berdasarkan tabel 4.14 hasil penelitian ini menolak hipotesis ketiga (H_3), bahwa variabel Risiko tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Hal ini ditunjukkan melalui hasil uji statistik dapat diketahui bahwa variabel risiko memiliki $t_{hitung} 0,143 < t_{tabel} 1,66105$ dan tingkat signifikan antara variabel tersebut adalah sebesar 0,886. Sehingga dapat dapat diketahui bahwa nilai signifikansi $0,886 < 0,05$, yang berarti risiko tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Jadi dapat disimpulkan “risiko mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*” ditolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Pangesti (2018) dengan judul pengaruh persepsi risiko, kepercayaan dan persepsi persepsi teknologi dan informasi terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* (studi kasus pada PT Bank BNI syariah Yogyakarta) juga menemukan bahwa persepsi risiko

berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Hal ini serupa dengan penelitian Kalaiarasi dan Srividya (2012) menyatakan persepsi resiko, terutama risiko privasi dan keamanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keinginan konsumen menggunakan *mobile banking*. Hal tersebut disimpulkan bahwa persepsi risiko ketika menggunakan layanan *mobile banking* yang ditawarkan oleh pihak Bank tidak dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa persepsi risiko tidak memiliki pengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Persepsi risiko yang tinggi menimbulkan motivasi masyarakat sebagai nasabah untuk menghindari penggunaan *mobile banking* dan mempertimbangkan alternatif lain. Persepsi risiko akan membuat nasabah merasa takut, kemudian berpikir ulang ketika akan menggunakan *mobile banking*. Hal ini diindikasikan karena maraknya kasus penipuan dan hipnotis yang terjadi di masyarakat setempat. Oleh karena itu, semakin tinggi persepsi risiko yang dipikirkan oleh masyarakat sebagai nasabah, maka akan semakin menurunkan penggunaan *mobile banking*.

4.9.4 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Berdasarkan tabel 4.14 hasil penelitian ini mendukung hipotesis keempat (H_4), bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile*

banking. Hal ini ditunjukkan melalui hasil uji statistik dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan memiliki $t_{hitung} 5,759 > t_{tabel} 1,66105$ dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$, yang berarti kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan “kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*” adalah diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Setyaningsih (2017) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fandi (2019) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Hasil ini sesuai dengan teori Tjiptono (2007) bahwa kualitas layanan jasa pada bank harus mempunyai tingkat keunggulan yang diharapkan dapat memenuhi tingkat keinginan nasabah yaitu *expectation* dan kinerja (*performance*). Sama halnya dengan PT. BRI Syariah KC Banda Aceh dalam memberikan keunggulan kualitas layanan jasa (elektronik) kepada nasabah dalam penggunaan *mobile banking*.

Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan tingginya kualitas layanan *mobile banking* yang diberikan, maka dipastikan akan tinggi pula dorongan minat nasabah untuk mencoba menggunakan layanan *mobile banking*.

4.9.5 Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas dan variabel terikat memiliki pengaruh yang signifikan dibuktikan dengan hasil uji (F) yaitu nilai F_{tabel} adalah sebesar 2,47 dan F_{hitung} sebesar 84,616. Hal ini menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $sig. 0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, risiko dan kualitas layanan secara bersama-sama memiliki pengaruh. Jika dilihat berdasarkan nilai $R Square (R^2)$ pada penelitian ini menunjukkan hasil 84,616. Hal ini bermakna bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, risiko dan kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap minat adalah sebesar 84,6 %.

Dari hasil studi lapangan yang telah dilakukan di Bank BRI Syariah KC Banda Aceh, penelitian ini menemukan bahwa ketika suatu teknologi mudah dipahami dan digunakan tidak memerlukan banyak usaha dimana hal ini dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*, kemudahan yang dirasakan nasabah yaitu penggunaan *mobile banking* yang praktis dan dapat menghemat waktu. Temuan penelitian ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Davis (1989) yang menyatakan persepsi manfaat dan kemudahan sebagai penentu utama sikap perilaku.

Hasil penelitian ini didukung oleh Indriyani (2018) dimana persepsi keberuntungan, persepsi kemudahan penggunaan, risiko

dan kualitas layanan bersama-sama memiliki pengaruh terhadap minatnasabah menggunakan *mobile banking*. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Rithmaya (2016) dimana kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap, risiko dan fitur layanan secara bersama memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BRI Syariah KC Banda Aceh dengan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang, setelah bertemu langsung dan responden menjawab kuesioner yang diberikan maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Untuk variabel persepsi manfaat (X_1), berdasarkan hasil uji t menunjukkan secara parsial persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Hal ini terjadi karena hasil dari nilai t hitung $>$ t tabel.
2. Untuk variabel persepsi kemudahan (X_2), berdasarkan penelitian yang dilakukan maka dinyatakan variabel ini secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
3. Untuk variabel risiko (X_3), melalui uji t menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah. Artinya ada faktor lain yang lebih berpengaruh dari Persepsi risiko. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah mengkhawatirkan resiko dalam menggunakan *mobile banking*.

4. Untuk variabel kualitas layanan (X_4), melalui uji t menunjukkan secara parsial bawah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.
5. Berdasarkan hasil uji F yang telah dilakukan untuk variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, risiko dan kualitas layanan secara simultan dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah secara.

5.2 Saran

Dalam penelitian ini tentunya masih banyak ditemukan kekurangan, baik keterbatasan waktu, keterbatasan sumber data maupun keterbatasan yang bersumber dari peneliti. Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini, peneliti menguji 4 variabel independen yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, risiko, dan kualitas layanan terhadap satu variabel dependen yaitu minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank BRI Syariah KC Banda Aceh. Agar memperoleh hasil yang lebih mendalam maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Bank

Bank BRI Syariah KC Banda Aceh diharapkan dapat terus menghadirkan inovasi produk terbaik dari sistem informasi yang ada, khususnya *mobile banking*. Perbankan diharapkan menambah fitur-fitur yang bermanfaat bagi nasabahnya, dan jumlah pengguna

mobile banking terus bertambah. Variabel risiko berpengaruh negatif, ini menandakan nasabah memikirkan risiko saat menggunakan layanan *mobile banking*. Jika nasabah membutuhkan waktu lama untuk mengakses layanan *mobile banking*, maka minat mereka terhadap *mobile banking* berkurang. Selain itu, banyak nya risiko penipuan dimasyarakat membuat nasabah takut hal-hal ini akan terjadi kepadanya.

Maka pihak perbankan diharapkan dapat memberikan bantuan dalam memfasilitasi perbaikan kesalahan penggunaan *mobile banking*. Mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan bahwa mereka berencana untuk menggunakan *mobile banking* di masa depan dan mendorong orang lain untuk menggunakan *mobile banking*. Dengan itu diharapkan bank dapat menambah dan menyediakan layanan chat yang akan ditambahkan sebagai layanan pendukung *mobile banking* yang memungkinkan nasabah untuk bertanya jika ada masalah dengan transaksi *mobile banking*. Hal ini akan meningkatkan minat nasabah terhadap *mobile banking*.

5.2.2. Pada penelitian berikutnya

Peneliti disarankan untuk menambah variabel independen, seperti variabel kepercayaan, biaya. Agar dapat mengetahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, R. (2017). *Pengaruh manfaat, kemudahan, kepercayaan dan ketersediaan fitur terhadap penggunaan mobile banking bank syariah mandiri* (Bachelor's thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2017).
- Almuntaha, E. (2008). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengadopsian Teknologi Internet Banking oleh Nasabah di Indonesia. *Skripsi. Yogyakarta: fakultas ekonomi universitas islam indonesia.*
- Amanullah, B., & Sutopo, S. (2014). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking (Survey Pada Nasabah Bank BCA Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Aryandi, R. (2015). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Risiko Transaksi dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank BRI di Kota Purworejo)* (Doctoral dissertation, Manajemen-FE).
- Bagastia, M. I. (2019). *Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, dan Risiko terhadap Minat menggunakan Mobile Banking dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI Syariah Semarang)* (Doctoral dissertation, IAIN Salatiga).
- Darmawan, Z. C., & Ridlwan, A. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, ISSN, 2460-9404.*
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS. *Semarang: BP Universitas Diponegoro.*

- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8). *Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 96.*
- Hapsara, R. F. (2015). *Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi pada Nasabah Bank BRI Kantor Cabang Solo Kartasura)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Jogiyanto, H. M.(2007). Sistem informasi keperilakuan. *Yogyakarta: Andi Offset.*
- Juanda, A. R. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Risiko terhadap Minat Menggunakan Internet Banking* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Ledesman, M. (2018). *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Maharani, B. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BNI (Studi Kasus BNI KCU Jakarta Pusat)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Mukhtisar, M., Tarigan, I. R. R., & Evriyenni, E. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 3(1), 56-72.
- Narbuko, C., & Achmadi, A. (2013). Metodologi Penelitian. *Cetakan Ketiga Belas. Bumi Aksara: Jakarta.*

- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *KEUNIS*, 8(1), 1-9.
- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 16(1), 160-177.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Cv.Afabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto, D. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Widjana, M. A. (2010). Determinan Faktor Penerimaan terhadap Internet Banking pada Nasabah Bank di Surabaya. *Journal of Economic*, 1, 55-65.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr/i

di Tempat

Dengan Hormat,

Sehubung diadakan penelitian skripsi di BRI Syariah KC Banda Aceh Daud Beureueh 2 dengan judul “ Pengaruh *Technology Acceptance Model* (TAM) dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking*”, maka saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi angket (kuesioner) sebagaimana terlampir. Angket ini digunakan untuk kepentingan ilmiah, sehingga tidak berkaitan dengan status dan kedudukan Bapak/Ibu/Sdr/i dan akan dijamin kerahasiannya. Oleh karena itu informasi dan jawaban yang diberikan secara jujur dan obyektif merupakan bantuan yang tak ternilai harganya dan sangat besar manfaatnya bagi kelancaran dan kualitas penelitian ini. Atas bantuan dan kerja sama Bapak/Ibu/Sdr/i dalam menjawab pernyataan-pernyataan pada kuesioner ini, saya sampaikan terimakasih.

Wassamu'alaikum Wr.Wb

Peneliti

Mira Dira Darmah

LAMPIRAN 2 Identitas Responden

A. Informasi Umum

1. Identitas Responden

Isi dan berilah tanda centang (✓) dengan jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda pribadi Bapak/Ibu/Saudara/i.

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-lak Perempuan

Umur : <25 30-35 >35

Pekerjaan : Wiraswasta PNS
 Mahasiswa/Pelajar TNI/POLRI
 Karyawan Lainnya

B. Petunjuk Pengisian

1. Isilah semua pernyataan kuesioner penelitian ini sesuai dengan pendapat anda yang paling tepat
2. Berilah tanda centang (✓) pada salah satu kolom jawaban yang telah tersedia disetiap pernyataannya

Keterangan :

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

C. Pernyataan

1. Variabel Persepsi Manfaat (X1)

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Setujukah anda bahwa <i>mobile banking</i> adalah jenis layanan yang memiliki banyak manfaat					
2.	Manfaat menggunakan <i>Mobile Banking</i> dapat membuat pekerjaan lebih cepat dalam bertransaksi					
3.	Menurut saya penggunaan <i>Mobile Banking</i> akan lebih efektif					
4.	Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> dapat membuat saya lebih produktif					
5.	Menurut saya menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> dapat menjadikan pekerjaan lebih mudah					
6.	Layanan <i>Mobile Banking</i> berguna bagi saya untuk bertransaksi					

2. Variabel Persepsi Kemudahan (X2)

NNo	Pernyataan	SSTS (1)	TTS (2)	NN (3)	SS (4)	SSS (5)
1.	Menurut saya menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> dapat mengefisiensi waktu, karena tidak perlu pergi ke ATM ataupun ke kantor Bank					
2.	Dengan jaringan internet yang lancar dapat memudahkan untuk melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja					

3.	Fitur-fitur dalam aplikasi <i>mobile banking</i> mudah dimengerti					
4.	Sistem layanan pada <i>mobile banking</i> mudah digunakan dan cepat					
5.	Layanan <i>mobile banking</i> mudah untuk dipelajari					
6.	Menurut saya <i>mobile banking</i> adalah suatu aplikasi layanan bertransaksi yang fleksibel					

3. Variabel Risiko (X3)

No	Pernyataan	SSTS (1)	TS (2)	NN (3)	SS (4)	SSS (5)
1.	Layanan pada <i>mobile banking</i> tidak memiliki risiko yang tinggi karena transaksi dilakukan sendiri					
2.	<i>Mobile banking</i> adalah jenis layanan bertransaksi aman					
3.	<i>Mobile banking</i> memiliki tingkat keamanan yang baik dari bahaya virus					
4.	Bank menjamin keamanan transaksi dan keuangan nasabah yang dilakukan melalui <i>mobile banking</i>					

4. Variabel Kualitas Layanan (X4)

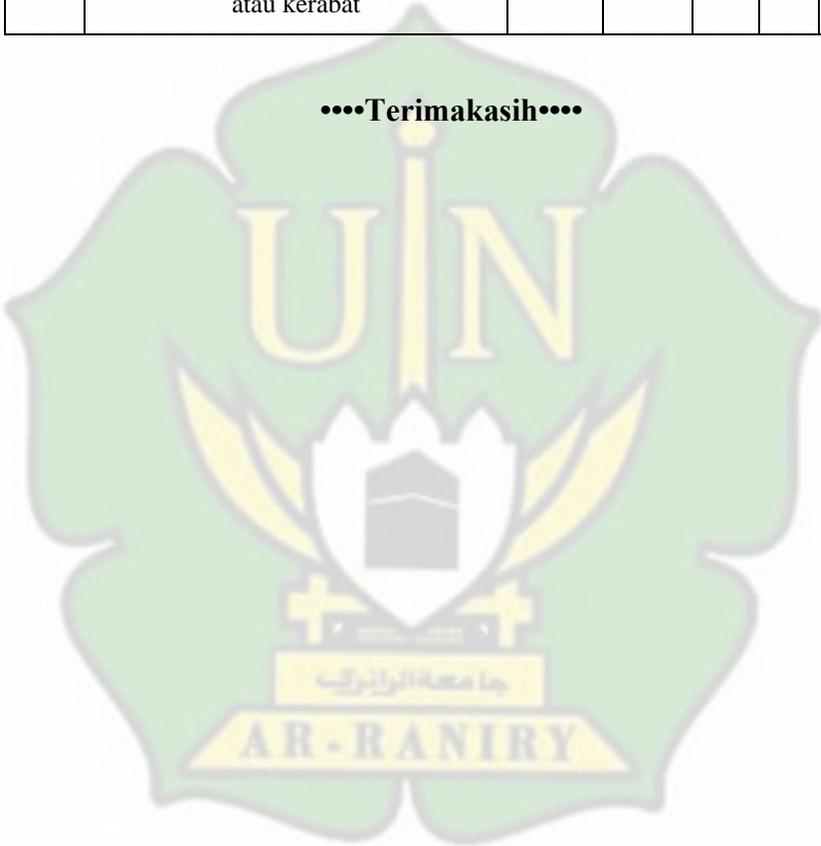
NNo	Pernyataan	SSTS (1)	TTS (2)	NN (3)	SS (4)	SSS (5)
1.	Menurut saya aplikasi layanan <i>mobile banking</i> sangat bagus dan menarik					
2.	<i>Mobile banking</i> dapat membantu kesulitan nasabah (misalnya ketika akan mencari lokasi ATM terdekat)					
3.	Transaksi melalui <i>mobile banking</i> lebih cepat dan tanggap					
4.	Layanan transaksi melalui <i>mobile banking</i> dapat diandalkan					
5.	Bank menjamin tingkat keamanan data dan keuangan nasabah yang bertransaksi melalui <i>mobile banking</i>					

5. Variabel Minat (Y)

NNo	Pernyataan	SSTS (1)	TTS (2)	NN (3)	SS (4)	SSS (5)
1.	Saya berniat menggunakan fasilitas <i>mobile banking</i> dimasa yang akan datang					
2.	Saya merekomendasikan kepada					

	orang lain untuk menggunakan <i>mobile banking</i>					
3.	Syaa tertarik untuk menggunakan layanan <i>mobile banking</i> setelah mendapatkan informasi dari teman atau kerabat					

•••Terimakasih•••



LAMPIRAN 3 Hasil Tabulasi Jawaban Responden

1. Jawaban Responden Variabel Persepsi Manfaat (X_1)

NO	PM1	PM2	PM3	PM4	PM5	PM6
1	5	5	5	4	5	5
2	3	4	4	4	4	4
3	5	5	4	4	5	5
4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	4	3	4	4
7	3	2	5	3	5	2
8	4	4	4	4	4	4
9	5	4	5	5	5	5
10	4	4	4	4	4	4
11	3	4	3	3	3	3
12	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4
14	3	4	3	3	4	4
15	5	5	4	4	5	5
16	5	5	4	5	5	5
17	4	5	4	4	5	4
18	4	4	4	4	4	4
19	4	4	3	2	4	3
20	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	5	4	5
22	3	2	1	1	2	3
23	1	3	1	3	1	5
24	4	4	4	4	4	4
25	5	5	4	4	5	5
26	5	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5

30	5	5	5	5	5	5
31	4	5	4	4	4	3
32	5	5	5	5	5	5
33	4	4	4	4	4	4
34	2	1	2	2	2	1
35	3	2	1	2	3	1
36	3	3	3	3	3	3
37	4	4	4	4	3	4
38	5	5	5	5	5	4
39	5	4	5	4	5	5
40	5	5	5	5	5	5
41	5	5	5	4	5	4
42	4	4	4	4	4	4
43	4	4	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5	5
45	5	4	4	4	4	4
46	5	5	5	5	5	5
47	5	5	5	4	5	5
48	4	4	4	3	4	4
49	4	5	5	4	5	5
50	5	5	5	5	5	5
51	4	4	4	4	4	4
52	5	4	5	5	5	5
53	5	5	5	4	4	4
54	4	4	3	3	3	2
55	5	5	5	5	5	5
56	4	4	4	4	4	4
57	5	5	5	5	5	5
58	5	5	5	5	5	5
59	5	5	5	5	5	5
60	4	5	4	3	4	4
61	5	5	4	4	4	5
62	5	5	4	3	4	4

63	5	5	5	5	5	5
64	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5
66	4	3	4	3	5	4
67	5	5	4	4	4	4
68	4	5	4	5	4	5
69	5	5	4	4	4	5
70	5	5	5	4	5	5
71	5	5	5	5	5	4
72	5	5	5	5	4	4
73	5	5	5	5	5	5
74	5	5	5	5	5	5
75	5	5	5	5	5	5
76	5	5	5	5	5	4
77	5	5	5	5	5	5
78	5	5	5	5	5	5
79	4	4	4	3	4	4
80	5	5	4	4	5	5
81	5	5	5	5	5	4
82	5	5	5	5	5	5
83	5	5	5	4	4	4
84	5	5	5	4	4	4
85	5	5	5	5	5	5
86	5	4	5	5	5	5
87	5	4	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	4	4	4
91	5	5	5	5	5	4
92	5	5	5	5	5	5
93	5	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	4

96	5	5	5	5	5	5
97	5	5	4	4	4	4
98	5	5	4	4	4	4
99	5	4	4	5	4	4
100	4	4	4	4	4	3

2. Jawaban Responden Variabel Kemudahan (X_2)

NO	PK1	PK2	PK3	PK4	P5	PK6
1	5	4	4	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4
3	5	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	3	4	3	4
7	3	3	2	4	2	4
8	4	4	4	4	4	4
9	5	5	5	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4
11	3	3	3	3	3	3
12	4	4	3	3	3	3
13	4	4	4	4	4	4
14	5	5	3	3	4	3
15	5	4	4	4	4	4
16	5	5	5	5	5	5
17	5	5	4	5	4	4
18	4	4	4	4	4	4
19	4	3	3	3	3	3
20	5	3	3	3	3	3
21	4	4	5	4	4	5
22	4	5	5	2	2	5
23	3	1	2	1	3	3
24	4	4	4	4	4	4
25	5	4	4	4	4	5
26	5	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5
31	4	5	4	4	4	4

32	5	5	5	5	5	5
33	4	4	4	4	5	5
34	1	1	2	2	2	2
35	2	3	3	2	5	4
36	3	3	3	3	3	3
37	4	4	4	4	3	4
38	4	4	4	4	4	3
39	5	5	5	5	5	4
40	5	5	5	5	5	5
41	5	5	4	5	5	5
42	4	4	4	4	5	4
43	4	4	4	5	5	5
44	5	5	4	4	4	5
45	4	4	4	4	4	4
46	5	5	4	5	5	5
47	5	5	5	5	5	5
48	4	4	3	4	3	4
49	5	5	5	5	5	5
50	4	4	4	4	4	4
51	4	4	5	4	4	4
52	5	4	4	5	5	4
53	4	4	4	4	4	4
54	4	4	3	3	3	3
55	5	5	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4
57	5	5	5	5	5	5
58	5	4	4	4	4	4
59	5	5	5	5	5	5
60	5	4	3	4	3	3
61	5	3	3	4	4	5
62	4	4	4	4	3	2
63	5	5	5	5	5	5
64	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5
66	4	4	4	5	4	3
67	4	5	3	3	4	4
68	5	5	5	5	5	4
69	5	4	5	5	5	5
70	4	4	4	4	4	5
71	5	4	5	4	4	4
72	5	5	5	5	5	5
73	4	4	4	4	4	4
74	4	4	4	4	4	4

75	4	4	3	4	4	4
76	5	4	5	4	5	4
77	4	4	5	4	5	5
78	5	5	5	5	5	4
79	4	5	5	5	5	5
80	5	5	5	4	4	4
81	5	5	5	4	4	4
82	5	5	5	5	5	4
83	4	4	4	5	5	5
84	4	4	4	4	4	5
85	5	5	5	5	5	5
86	5	5	5	5	5	5
87	4	4	5	4	5	4
88	4	4	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5
90	4	4	4	5	4	4
91	5	5	5	5	5	5
92	5	5	4	4	4	4
93	5	5	5	5	5	5
94	4	4	4	4	5	5
95	4	4	4	4	4	4
96	5	5	5	5	4	3
97	4	5	5	5	5	3
98	4	4	4	3	4	4
99	4	4	4	4	5	5
100	3	3	3	3	4	5

3. Jawaban Responden Variabel Risiko (X_3)

NO	R1	R2	R3	R4
1	5	5	5	5
2	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	5	5	4	5
5	4	4	5	5
6	4	5	4	3
7	3	3	4	5
8	4	4	4	4

9	5	5	5	5
10	4	4	4	4
11	3	3	3	3
12	3	3	3	3
13	4	4	4	4
14	3	5	4	4
15	4	4	4	4
16	3	3	3	4
17	4	5	5	4
18	4	4	4	4
19	3	3	3	3
20	2	3	3	3
21	4	5	5	4
22	4	3	4	2
23	3	1	4	3
24	4	5	4	4
25	4	4	3	5
26	4	4	4	5
27	4	4	5	5
28	5	5	5	5
29	5	5	5	5
30	5	5	5	5
31	3	3	3	4
32	5	5	5	5
33	4	3	3	4
34	3	3	2	2
35	3	3	1	2
36	3	3	3	3
37	3	3	4	4
38	3	3	3	4
39	4	4	4	4
40	4	4	4	4
41	5	5	5	5

42	5	5	4	5
43	4	4	4	4
44	5	5	5	3
45	4	4	4	4
46	4	4	4	4
47	5	4	4	5
48	4	3	3	3
49	4	3	3	3
50	3	5	5	4
51	5	4	4	4
52	5	5	4	4
53	4	4	4	4
54	4	4	5	4
55	4	4	4	4
56	4	4	4	4
57	5	5	4	5
58	4	3	3	3
59	5	5	5	5
60	3	2	3	3
61	4	3	4	5
62	3	3	3	5
63	4	5	3	5
64	5	5	5	5
65	5	5	5	5
66	4	3	4	5
67	5	4	5	4
68	3	4	3	4
69	4	3	3	4
70	3	5	3	3
71	4	4	3	4
72	5	5	5	5
73	3	3	3	3
74	3	4	4	5

75	3	4	3	5
76	5	4	5	5
77	5	4	5	4
78	4	4	4	4
79	3	3	4	4
80	4	4	3	3
81	3	3	3	4
82	4	3	3	4
83	5	4	4	4
84	4	4	4	5
85	4	4	3	4
86	5	5	4	4
87	4	3	3	4
88	4	4	4	4
89	4	4	4	4
90	3	3	4	4
91	5	5	4	5
92	4	4	4	4
93	4	4	4	4
94	5	5	5	5
95	4	4	4	5
96	3	3	3	3
97	3	2	4	4
98	4	4	3	3
99	5	5	5	5
100	5	4	5	4

4. Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan (X_3)

NO	KL1	KL2	KL3	KL4	KL5
1	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4

3	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	4
7	5	3	2	5	2
8	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5
10	4	4	4	4	4
11	3	3	3	3	3
12	3	4	4	4	3
13	4	4	4	3	2
14	3	4	4	4	4
15	4	4	4	5	4
16	4	4	4	4	4
17	4	5	5	4	4
18	4	4	4	4	4
19	3	3	4	3	3
20	4	4	3	3	3
21	4	4	5	5	5
22	4	3	2	3	4
23	4	3	5	3	3
24	4	4	4	4	4
25	5	5	4	5	5
26	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5
31	4	4	4	4	4
32	5	5	5	5	5
33	4	4	4	4	4
34	2	1	2	2	2
35	1	1	1	2	2

36	3	3	3	3	3
37	4	4	4	3	3
38	4	5	5	5	5
39	4	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4
41	5	5	5	5	4
42	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4
44	4	5	5	5	5
45	4	4	4	4	4
46	4	5	5	5	4
47	5	5	5	5	4
48	3	4	4	4	3
49	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5
51	5	4	4	4	4
52	5	5	4	5	5
53	5	5	5	5	5
54	4	4	4	3	4
55	4	4	5	4	4
56	4	4	4	4	4
57	5	5	5	5	5
58	5	5	5	4	4
59	5	5	5	5	5
60	4	4	2	4	3
61	5	5	5	5	4
62	3	4	4	2	5
63	5	5	5	5	5
64	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5
66	4	3	4	5	4
67	4	5	5	4	5
68	4	4	4	4	4

69	4	4	4	4	4
70	3	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4
72	5	5	5	5	5
73	4	4	4	5	5
74	5	4	4	5	5
75	5	5	5	4	4
76	5	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5
78	4	5	5	4	4
79	5	5	4	5	5
80	4	5	4	4	4
81	5	5	5	5	5
82	4	4	4	4	5
83	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5
85	4	4	5	5	5
86	4	5	5	5	5
87	4	5	5	4	5
88	4	5	5	5	5
89	4	5	4	4	4
90	4	5	5	5	5
91	4	4	5	4	5
92	4	5	5	5	5
93	4	4	5	5	5
94	4	4	4	4	4
95	5	5	5	5	3
96	4	4	3	4	4
97	4	4	4	3	3
98	4	4	5	4	5
99	5	5	5	5	5
100	4	4	4	4	4

5. Jawaban Responden Variabel Minat (Y)

NO	MN1	MN2	MN3
1	5	5	5
2	4	4	4
3	4	3	4
4	5	5	5
5	5	5	4
6	3	3	4
7	4	3	5
8	5	5	5
9	5	4	4
10	4	4	4
11	3	3	3
12	4	3	4
13	4	4	4
14	3	3	5
15	4	4	4
16	4	4	4
17	4	5	4
18	4	4	4
19	3	3	3
20	3	3	3
21	5	5	5
22	3	4	3
23	3	4	1
24	4	4	4
25	5	4	4
26	5	5	5
27	5	5	5
28	5	5	5
29	5	5	5
30	5	5	5

31	4	4	3
32	5	5	5
33	4	4	4
34	2	2	2
35	1	3	2
36	3	3	3
37	4	4	4
38	5	5	5
39	4	5	3
40	4	4	4
41	5	5	5
42	4	4	4
43	4	4	4
44	5	5	5
45	4	4	4
46	5	5	5
47	5	5	5
48	4	3	3
49	5	5	5
50	5	5	5
51	3	4	4
52	5	5	4
53	4	4	4
54	3	3	3
55	4	4	4
56	4	4	4
57	5	5	5
58	4	4	4
59	5	5	5
60	4	3	3
61	5	4	5
62	3	3	3
63	5	5	5

64	5	5	5
65	5	5	5
66	4	5	5
67	4	4	4
68	4	4	4
69	5	5	5
70	4	4	4
71	4	4	4
72	5	5	5
73	5	5	5
74	5	5	5
75	4	4	4
76	5	5	5
77	5	5	4
78	4	4	5
79	5	4	5
80	5	5	5
81	5	5	5
82	5	5	5
83	5	5	5
84	5	5	5
85	5	5	5
86	5	5	5
87	5	5	5
88	5	5	5
89	5	5	5
90	5	5	4
91	4	5	5
92	5	5	5
93	5	5	5
94	5	5	5
95	5	5	5
96	4	4	4

97	4	4	4
98	4	5	4
99	4	4	4
100	3	3	4



LAMPIRAN 4 Hasil Uji Validitas

1. Hasil Validitas Variabel Persepsi Manfaat (X₁)

Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	,797**	,791**	,686**	,774**	,607**	,883**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,797**	1	,702**	,671**	,645**	,688**	,856**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,791**	,702**	1	,809**	,861**	,626**	,915**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,686**	,671**	,809**	1	,727**	,722**	,885**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100

X1.5	Pearson Correlation	,774**	,645**	,861**	,727**	1	,632**	,883**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	,607**	,688**	,626**	,722**	,632**	1	,819**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,883**	,856**	,915**	,885**	,883**	,819**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

2. Hasil Validitas Variabel Persepsi Kemudahan (X₂)

Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	,755**	,632**	,663**	,515**	,441**	,792**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	99	100
X2.2	Pearson Correlation	,755**	1	,750**	,699**	,575**	,479**	,830**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	99	100
X2.3	Pearson Correlation	,632**	,750**	1	,704**	,702**	,547**	,848**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	99	100
X2.4	Pearson Correlation	,663**	,699**	,704**	1	,715**	,588**	,891**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	99	100
X2.5	Pearson Correlation	,515**	,575**	,702**	,715**	1	,719**	,862**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	99	100
X2.6	Pearson Correlation	,441**	,479**	,547**	,588**	,719**	1	,746**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Total	Pearson Correlation	,792**	,830**	,848**	,891**	,862**	,746**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	99	100
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

3. Hasil Validitas Variabel Risiko (X₃)

Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	,668**	,639**	,497**	,835**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	99	100
X3.2	Pearson Correlation	,668**	1	,587**	,494**	,829**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000

	N	100	100	100	99	100
X3.3	Pearson Correlation	,639**	,587**	1	,574**	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	99	100
X3.4	Pearson Correlation	,497**	,494**	,574**	1	,772**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	99	99	99	99	99
Total	Pearson Correlation	,835**	,829**	,837**	,772**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	99	100
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

4. Hasil Validitas Variabel Kualitas Layanan (X₄)

Correlations							
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Total
X4.1	Pearson Correlation	1	,764**	,610**	,748**	,582**	,841**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	99	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	,764**	1	,797**	,727**	,705**	,914**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	99	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	,610**	,797**	1	,645**	,710**	,868**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	99	99	99	99	99	99
X4.4	Pearson Correlation	,748**	,727**	,645**	1	,692**	,871**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	99	100	100	100
X4.5	Pearson Correlation	,582**	,705**	,710**	,692**	1	,832**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	99	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,841**	,914**	,868**	,871**	,832**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	99	100	100	100
** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

5. Hasil Validitas Variabel Minat Nasabah (Y)

Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Total
Y1	Pearson Correlation	1	,857**	,802**	,954**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,857**	1	,721**	,924**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,802**	,721**	1	,908**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100

Total	Pearson Correlation	,954**	,924**	,908**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					



LAMPIRAN 5 Hasil Uji Reliabilitas

1. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Manfaat (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,937	6

2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kemudahan (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,918	6

3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Risiko (X_3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,844	4

4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan (X_4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,921	5

5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Nasabah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,920	3

LAMPIRAN 6 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,04960398
Most Extreme Differences	Absolute	,087
	Positive	,072
	Negative	-,087
Test Statistic		,087
Asymp. Sig. (2-tailed)		,059^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-,601	,780		-,770	,443		
X1	,094	,052	,179	1,817	,072	,237	4,217
X2	,157	,051	,278	3,098	,003	,287	3,487
X3	-,008	,057	-,010	-,143	,886	,494	2,023
X4	,333	,058	,511	5,759	,000	,292	3,419

a. Dependent Variable: Y

3. Uji Heteroskedastisitas

Correlations							
			X1	X2	X3	X4	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1,000	,726**	,400**	,625**	,040
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,692
		N	100	100	100	100	100
	X2	Correlation Coefficient	,726**	1,000	,503**	,630**	,002
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,984
		N	100	100	100	100	100
	X3	Correlation Coefficient	,400**	,503**	1,000	,664**	-,004
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000	,971
		N	100	100	100	100	100
	X4	Correlation Coefficient	,625**	,630**	,664**	1,000	,048
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,634

		N	100	100	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,040	,002	-,004	,048	1,000
		Sig. (2-tailed)	,692	,984	,971	,634	.
		N	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							



LAMPIRAN 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-,601	,780
	X1	,094	,052
	X2	,157	,051
	X3	-,008	,057
	X4	,333	,058

1. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,601	,780		-,770	,443
	X1	,094	,052	,179	1,817	,072
	X2	,157	,051	,278	3,098	,003
	X3	-,008	,057	-,010	-,143	,886
	X4	,333	,058	,511	5,759	,000

a. Dependent Variable: Y

2. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	388,575	4	97,144	84,616	,000 ^b
	Residual	109,065	95	1,148		
	Total	497,640	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

3. Hasil Uji R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,884 ^a	,781	,772	1,071
a. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Correlations							
			X1	X2	X3	X4	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1,000	,726**	,400**	,625**	,040
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,692
		N	100	100	100	100	100
	X2	Correlation Coefficient	,726**	1,000	,503**	,630**	,002
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,984
		N	100	100	100	100	100
	X3	Correlation Coefficient	,400**	,503**	1,000	,664**	-,004
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000	,971

	N	100	100	100	100	100
X4	Correlation Coefficient	,625**	,630**	,664**	1,000	,048
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,634
	N	100	100	100	100	100
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,040	,002	-.004	,048	1,000
	Sig. (2-tailed)	,692	,984	,971	,634	.
	N	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						