

SKRIPSI
**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL PERSEPSI
KEMUDAHAN DAN RISIKO TERHADAP MINAT
PENGUNAAN BSI *MOBILE* DI TAPAKTUAN ACEH
SELATAN**



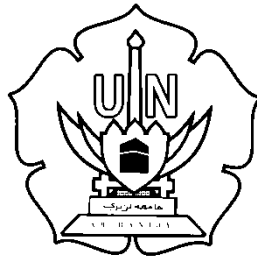
Disusun Oleh:

ALDILA RISKA. S
NIM. 190603151

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2024 M / 1446 H**

SKRIPSI

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL PERSEPSI
KEMUDAHAN DAN RISIKO TERHADAP MINAT
PENGUNAAN BSI *MOBILE* DI TAPAKTUAN ACEH
SELATAN**



Disusun Oleh:

**ALDILA RISKA. S
NIM. 190603151**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2024 M / 1446 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aldila Riska.S
NIM : 190603151
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 danmempertanggungjawabkan.*
- 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 tuntunan 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.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 23 Agustus 2024

Yang Menyatakan



Aldila Riska. S

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Literasi Keuangan Digital Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan BSI *Mobile* di Tapaktuan Aceh Selatan


Disusun Oleh:

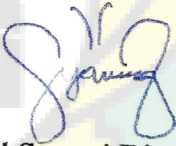
Aldila Riska. S
NIM: 190603151

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

Pembimbing I

Pembimbing II


Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si
NIP. 198601282019031005


Muhammad Syauqi Bin Armia, MBA
NIP. 199103062022031001

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. Syeikh 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 : Aldila Riska. S
NIM : 190603151
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam /Perbankan Syariah
E-mail : 190603151@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 KKU Skripsi

Yang berjudul:

Pengaruh Literasi Keuangan Digital Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan BSI Mobile Di Tapaktuan Aceh Selatan

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 : 7 Januari 2025

Mengetahui

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II

Aldila Riska. S
NIM.190603151

Ismuadi S.E., S.Pd.I., M.Si
NIP.198601282019031005

Muhammad Syauqi Bin Armia, MBA
NIP:199103062022031001

KATA PENGANTAR



Dengan memanjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat dan salam kita curahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya ke jalan yang penuh ilmu pengetahuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan Digital Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan BSI *mobile* Di Tapaktuan Aceh Selatan”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1), Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry, Dr. Fithriady, Lc., MA selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan kelembagaan, Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc selaku Wakil Dekan II Bidang Umum dan Keuangan, Dr. Analiansyah, M.Ag selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, M. Ag dan Ana Fitria, M.Sc selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Hafiih Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
4. Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si selaku pembimbing I, yang telah meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan-masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Muhammad Syauqi Bin Armia, MBA selaku pembimbing II, yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta senantiasa membantu

penulis memberikan arahan dan saran dan penasehat akademik yang telah membimbing juga memberikan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Strata Satu (S1) Perbankan Syariah.

6. Muhammad Arifin, Ph.D. selaku penguji I dan Riza Aulia, S.E.I., M.Sc. selaku penguji II yang senantiasa dalam menguji dan mengarahkan penulisan skripsi ini menjadi bermutu dan berkualitas.
7. Seluruh dosen dan civitas akademika fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
8. Kepada responden nasabah Bank Syariah Indonesia KC. Tapaktuan yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini..
9. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, ribuan terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Paisal dan Ibu Erliana yang telah memberikan banyak doa, cinta dan kasih sayang, juga pengorbanan serta dukungan yang selama ini diberikan kepada penulis dan mengajarkan untuk selalu bertanggung jawab menyelesaikan setiap hal yang sudah dimulai. Kepada kakak penulis Elvi Raziana dan Adik penulis Putri Dina Salia, Syifaul Shadri Salia, M. Riski Salia dan Khairunnisa Salia dan sanak saudara lainnya yang telah menemani dan membantu menyemangati penulis selama proses mengerjakan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat Desri, Shahaqkiki, Kiki, Meril, Shila, Marza dan Elvia yang telah menemani dan membantu serta menyemangati penulis selama proses penelitian.
11. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah leting 2019 yang telah membantu memberikan informasi dan bersama-sama berjuang untuk mendapatkan ilmu serta menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu.

Semoga Allah SWT akan membalas kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepadapenulis dengan kebaikan yang berlipat ganda. Amin ya Rabbal'alamin.

Banda Aceh, 19 Agustus 2024
Penulis

Aldila Riska. S

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	Ş	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	Ż	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	ص	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	س	Ş	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

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 dan ya</i>	Ai
◌ِو	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

kaifa : كيف

Haul : هول

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
◌ِا	<i>Fathah dan alif</i> atau ya	Ā
◌ِي	<i>Kasrah dan ya</i>	Ī
◌ِو	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ

ramā : رَمَى

qīla : قِيلَ
yaqūlu : يَقُولُونَ

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 katanya 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:

raudah al-atfāl/ raudatul atfāl :

Al-Madīnah Al-Munawwarah/:

Al-Madinatul Munawwarah

Ṭalḥah :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

طَلْحَةَ

Catatan:

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.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf

ABSTRAK

Nama : Aldila Riska. S
NIM : 190603151
Fakultas / Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh literasi Keuangan Digital, Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan BSI mobile Di Tapaktuan Aceh Selatan
Pembimbing I : Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si
Pembimbing II : Muhammad Syauqi Bin Armia, MBA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan digital, persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat penggunaan BSI *mobile* di Tapaktuan Aceh Selatan. Penelitian ini menggunakan data primer dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan menyebarkannya kepada 100 nasabah Bank Syariah Indonesia cabang Tapaktuan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Hasil penelitian ini adalah secara parsial literasi keuangan digital tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat sedangkan persepsi kemudahan dan risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan BSI *mobile*. Pada uji simultan literasi keuangan digital, persepsi kemudahan dan risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan BSI *mobile*.

Kata kunci: *Literasi Keuangan Digital, Persepsi Kemudahan, Risiko, Minat, Mobile Banking*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	ix
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	20
1.5 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II LANDASAN TEORI.....	23
2.1 Perbankan Syariah	23
2.1.1 Pengertian Perbankan Syariah	23
2.1.2 Prinsip – prinsip pada bank syariah	24
2.1.3 Fungsi Dan Peran Bank Syariah	28
2.1.4 Akad- akad bank syariah.....	29
2.1.5 Produk dan jasa bank syariah.....	33
2.2 <i>Mobile Banking</i>	34
2.2.1 Pengertian <i>mobile banking</i>	34
2.2.2 Manfaat <i>Mobile Banking</i>	35
2.2.3 Faktor yang mempengaruhi sikap terhadap <i>mobile banking</i>	35
2.2.4 Fitur Dan Layanan Pada <i>Mobile Banking</i>	37

2.2.5 Hal – Hal Yang Dapat Dilakukan Untuk Keamanan Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	41
2.3 Minat Penggunaan	42
2.3.1 Pengertian minat Penggunaan	42
2.3.2 Dimensi minat Penggunaan.....	43
2.3.3 <i>Technology Acceptance Model (TAM), Theory of Reasoned Action (TRA), Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	45
2.3.4 Indikator minat Penggunaan.....	50
2.4 Literasi Keuangan Digital.....	50
2.4.1 Pengertian literasi keuangan digital	50
2.4.2 Prinsip Dasar Literasi Keuangan Digital.....	51
2.4.3 Manfaat Literasi Keuangan digital	53
2.4.4 Faktor – faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan digital	53
2.4.5 Indikator literasi keuangan digital.....	54
2.5 Persepsi Kemudahan.....	55
2.5.1 Pengertian persepsi kemudahan	55
2.5.2 Persepsi kemudahan dalam pandangan Islam.....	56
2.5.3 Indikator Persepsi kemudahan	58
2.6 Risiko Penggunaan	59
2.6.1 Pengertian risiko Penggunaan.....	59
2.6.2 Indikator Risiko Penggunaan	61
2.7 Hasil Penelitian Terkait	62
2.8 Kerangka Pemikiran	70
2.9 Pengembangan Hipotesis.....	71
BAB III METODE PENELITIAN.....	77
3.1 Desain Penelitian	77
3.1.1 Jenis Penelitian.....	77
3.1.2 Lokasi Penelitian	78
3.2 Populasi dan sampel	78
3.2.1 Populasi	78
3.2.2 Sampel.....	78
3.3 Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data.....	82
3.3.1 Sumber Data.....	82
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	83

3.3.3	Skala Pengukuran.....	84
3.4	Definisi dan operasionalisasi Variabel	84
3.4.1	Definisi Variabel	84
3.4.2	Operasional Variabel.....	85
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	88
3.5.1	Uji Validitas	88
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	89
3.6	Metode dan Teknik Analisis Data	89
3.6.1	Uji Asumsi Klasik	89
3.6.1.1	Uji Normalitas.....	89
3.6.1.2	Uji Multikolinearitas	90
3.6.1.3	Uji Heteroskedastisitas.....	92
3.6.2	Analisis Regresi Linear Berganda	92
3.7	Pengujian Hipotesis	93
3.8.1	Uji Statistik Parsial (Uji t)	94
3.8.2	Uji Statistik Simultan (Uji F).....	95
3.8.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	96
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		97
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	97
4.1.1	Profil BSI Cabang Tapaktuan.....	97
4.1.2	Visi Dan Misi Bank Syariah Indonesia	99
4.2	Karakteristik Responden.....	99
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	100
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	100
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Responden	101
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	102
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan...103	
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian	104
4.3.1	Tanggapan responden terhadap Variabel Literasi Keuangan Digital (X1)	104
4.3.2	Tanggapan responden terhadap Variabel Persepsi Kemudahan (X2)	106

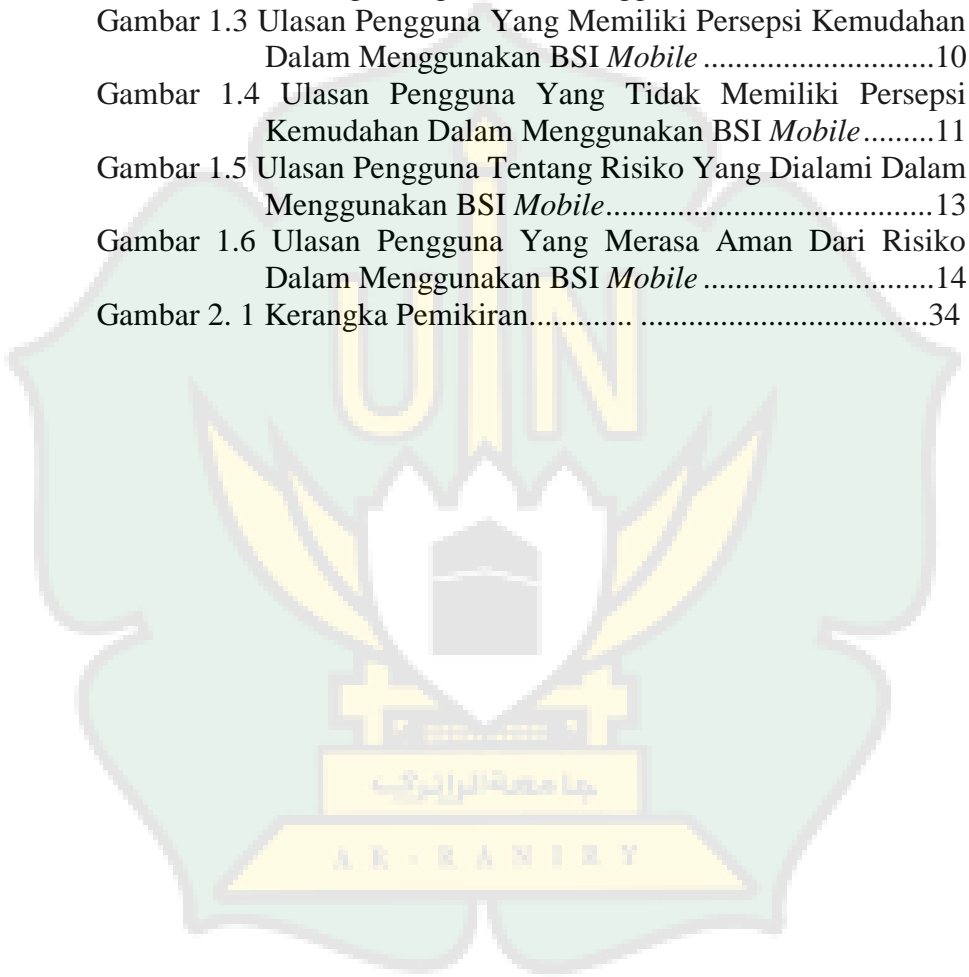
4.3.3	Tanggapan responden terhadap Variabel Risiko (X3).....	107
4.3.4	Tanggapan responden terhadap Variabel Minat Nasabah Menggunakan <i>mobile Banking</i> (Y).....	108
4.4	Hasil Uji Instrumen Penelitian	109
4.4.1	Uji Validitas.....	109
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	111
4.5	Uji Asumsi Klasik	112
4.5.1	Uji Normalitas	112
4.5.2	Uji Multikolinearitas.....	113
4.5.3	Uji Heterokedastisitas.....	114
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda	116
4.7	Hasil Uji Hipotesis.....	119
4.7.1	Hasil Uji Statistik Parsial (Uji t).....	119
4.7.2	Hasil Uji Statistik Simultan (Uji F)	121
4.7.3	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	122
4.8	Hasil Pembahasan.....	123
4.8.1	Pengaruh Literasi Keuangan Digital (X1) Terhadap Minat Penggunaan BSI <i>mobile</i>	123
4.8.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan (X2) Terhadap Minat Penggunaan BSI <i>mobile</i>	128
4.8.3	Pengaruh Risiko (X3) Terhadap Minat Penggunaan BSI <i>mobile</i>	132
4.8.4	Pengaruh Literasi Keuangan digital (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Risiko (X3) Terhadap Penggunaan BSI <i>mobile</i>	135
BAB V PENUTUP		138
5.1	Kesimpulan.....	138
5.2	Saran	139
DAFTAR PUSTAKA		141
LAMPIRAN		154

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	67
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert	84
Tabel 3. 2 Operasional variabel.....	86
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	100
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	101
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	102
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	102
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	103
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Literasi Keuangan Digital (X ₁)	105
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan (X ₂)	106
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Risiko (X ₃).....	107
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat (Y).....	108
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas	110
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	111
Tabel 4. 12 Tabel Hasil Uji Normalitas.....	112
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas	114
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	115
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	117
Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	119
Tabel 4. 17 Hasil Uji Simultan (Uji F)	121
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Frekuensi Penggunaan Layanan Digital	5
Gambar 1.2 Ulasan Yang Menunjukkan Kurangnya Literasi Keuangan Digital Pada Pengguna BSI <i>Mobile</i>	7
Gambar 1.3 Ulasan Pengguna Yang Memiliki Persepsi Kemudahan Dalam Menggunakan BSI <i>Mobile</i>	10
Gambar 1.4 Ulasan Pengguna Yang Tidak Memiliki Persepsi Kemudahan Dalam Menggunakan BSI <i>Mobile</i>	11
Gambar 1.5 Ulasan Pengguna Tentang Risiko Yang Dialami Dalam Menggunakan BSI <i>Mobile</i>	13
Gambar 1.6 Ulasan Pengguna Yang Merasa Aman Dari Risiko Dalam Menggunakan BSI <i>Mobile</i>	14
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	91
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	96
Lampiran 3 Hasil Olahan Data.....	100



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman, kebutuhan akan teknologi informasi dan komunikasi semakin tinggi sehingga menyebabkan perkembangan teknologi informasi semakin berkembang pesat pula. Perkembangan teknologi informasi ini telah banyak memberikan kemudahan di kehidupan manusia. Salah satu perkembangan teknologi saat ini adalah penggunaan internet dalam berbagai aspek, internet telah menjadi media yang paling sering digunakan dan mampu memfasilitasi berbagai kegiatan dalam masyarakat. Berdasarkan data BPS (badan pusat statistik) dari hasil pendataan survei Susenas (Survei Sosial Ekonomi Nasional) tahun 2022, sebanyak 66,48 % penduduk Indonesia telah mengakses internet di tahun 2022, hal ini telah banyak meningkat dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu sebanyak 62,10 % di tahun 2021. Tingginya peningkatan penggunaan internet ini mencerminkan adanya keterbukaan dan penerimaan masyarakat terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (BPS, 2022).

Perkembangan teknologi internet yang melesat cepat ini telah memberikan pengaruh dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat sehingga menimbulkan persepsi masyarakat bahwa internet mampu menjadi pilihan dalam mempercepat dan mempermudah dalam menyelesaikan suatu pekerjaan (Sari, 2021).

Internet telah banyak membantu mempermudah segala kegiatan dalam berbagai bidang termasuk dalam bidang keuangan (*financial technology*) khususnya di dunia perbankan syariah.

Perbankan adalah lembaga utama penggerak keuangan, termasuk didalamnya bank syariah. Banyaknya jumlah bank menyebabkan meningkatnya persaingan antar perusahaan perbankan di Indonesia, sehingga tiap-tiap perusahaan perbankan berupaya memberikan nilai lebih kepada nasabahnya dengan memanfaatkan teknologi informasi dan juga layanan yang lebih unggul sesuai dengan kebutuhan nasabahnya (Pranoto & Setianegara, 2020).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah banyak menciptakan peluang bisnis di bidang lembaga keuangan dengan berbagai kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan berbagai transaksi secara *online* dimanapun dan kapanpun tanpa harus bertemu secara langsung. Salah satu kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan oleh perbankan syariah dibidang *fintech* yaitu *mobile banking*. *Mobile banking* adalah layanan melalui saluran distribusi elektronik bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui SMS atau jaringan komunikasi lainnya dengan sarana ponsel atau komputer tablet (Nurdin et al., 2020). *Mobile banking* atau yang sering disebut juga dengan *m-banking* merupakan fasilitas layanan yang ditawarkan bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Salah satu bank yang memberikan layanan *mobile banking* adalah Bank

Syariah Indonesia (BSI), adapun nama lain *mobile banking* pada bank BSI adalah *BSI mobile*.

Transaksi dengan menggunakan *mobile banking/ BSI mobile* tidak mengharuskan nasabah untuk datang dan mengantri di bank atau Anjungan Tunai Mandiri/*Automatic Teller Machine* (ATM), karena berbagai transaksi yang diinginkan seperti transfer antar bank, cek saldo rekening, membayar tagihan, dan lain sebagainya dapat dilakukan melalui aplikasi *mobile banking* pada telepon seluler yang terhubung dengan internet. Melakukan transaksi dengan *mobile banking* sangat memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja tanpa batasan waktu (Wulandari, 2018), sehingga nasabah dapat secara bersamaan melakukan kegiatan lainnya dan juga dapat menghemat biaya transaksi.

Mobile banking merupakan salah satu output dari perkembangan layanan *financial technology (fintech)* dalam sektor keuangan digital yang telah membuat sistem pembayaran dari tunai beralih menjadi non tunai yang lebih praktis, efektif dan efisien. Penggunaan *mobile banking* ini tidak terlepas dari teknologi keuangan digital. Teknologi keuangan digital telah menjadi segmen penting pada industri jasa keuangan karena telah banyak memberikan berbagai inovasi keuangan yang lebih mempermudah dalam melakukan berbagai transaksi tanpa perlu datang ke bank atau mesin ATM kecuali saat melakukan penarikan tunai (Oktavia &

Kartawinata 2020). Dengan adanya inovasi dari teknologi keuangan digital seperti *mobile banking* ini telah menimbulkan perubahan yang signifikan dalam cara bertransaksi dan pengelolaan keuangan dari yang manual menjadi ke sistem digital. Oleh sebab itu literasi keuangan digital memainkan peran penting dalam penggunaan *mobile banking*.

Literasi digital sangat penting di era digital saat ini karena membantu individu untuk memahami dalam menggunakan perangkat keras, perangkat lunak serta sistem operasi digital dalam kehidupan sehari-hari seperti penggunaan komputer, internet, dan aplikasi digital lainnya. Hal ini meliputi kemampuan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk menemukan, mengevaluasi, menggunakan, menciptakan, dan memanfaatkan informasi digital dari berbagai sumber dengan kecakapan kognitif maupun teknis (Rakhman & Haryadi, 2021). Dengan kemajuan teknologi yang terus berkembang, kemampuan literasi digital juga dapat meningkatkan keterampilan dan membuka peluang baru dalam berbagai bidang. Oleh karena itu literasi digital sangat penting dalam meningkatkan kemampuan individu untuk berpartisipasi dalam masyarakat yang semakin terhubung dengan dunia digital.

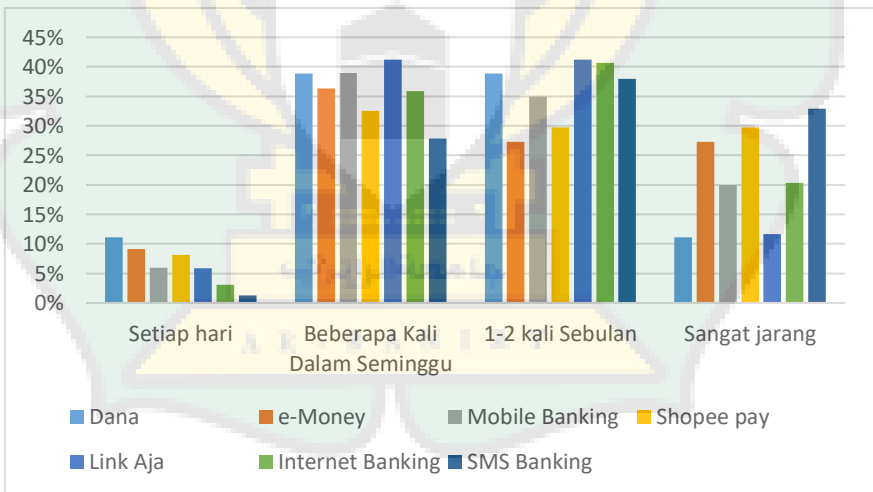
Dengan munculnya layanan dan *platform* keuangan digital seperti BSI *mobile (mobile banking)*, literasi keuangan digital menjadi semakin penting bagi individu dan rumah tangga untuk dapat mengelola keuangannya secara lebih baik. Selain itu literasi

keuangan digital dapat membantu dalam mengakses layanan dan produk digital yang tersedia saat ini dan dalam pengambilan keputusan keuangan yang lebih bijak sehingga dapat mengurangi risiko layanan keuangan yang kurang aman atau berpotensi merugikan (Putra et al., 2022).

Perkembangan layanan keuangan digital (*fintech*) telah memberikan dampak yang signifikan pada kehidupan masyarakat, terlihat dari banyaknya jumlah masyarakat mengakses *fintech* dalam transaksi sehari - harinya. Hal ini dapat dilihat dari riset Katadata Insight center (KIC) tahun 2020.

Gambar 1. 1

Frekuensi Penggunaan Layanan Digital



Sumber : Data Diolah (2023)

Berdasarkan data dari survei *Katadata Insight Center* (KIC) tahun 2020 menyatakan bahwa *mobile banking* menduduki peringkat keempat dimana peringkat di atasnya diduduki oleh dana, *E-money* dan *Shopee pay*. *Mobile banking* menduduki peringkat keempat dengan hasil survei nasabah mengakses setiap hari sebanyak 6%, beberapa kali dalam seminggu sebanyak 39%, satu hingga 2 kali dalam sebulan sebanyak 35% dan nasabah yang mengakses sangat jarang sebanyak 20%.

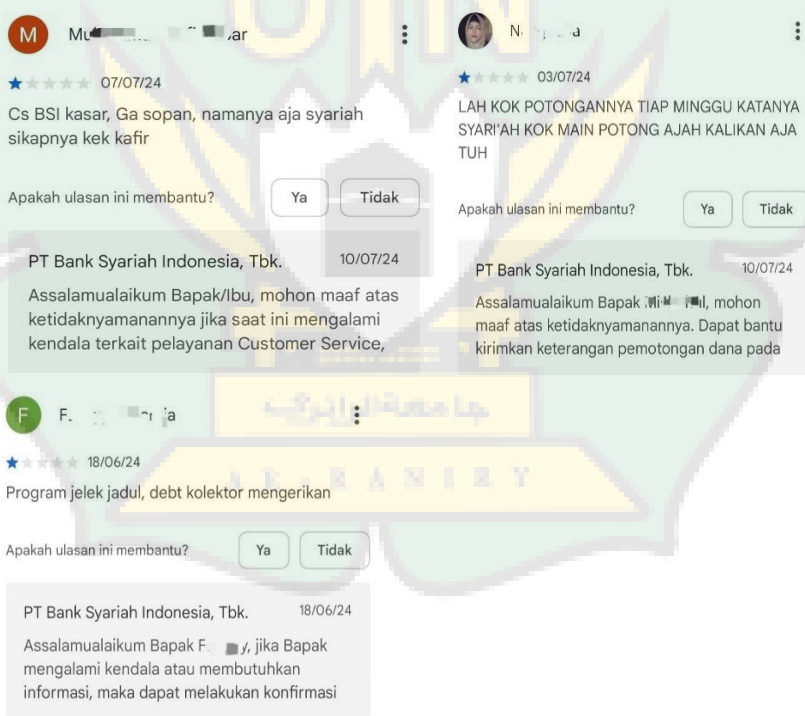
Selain itu berdasarkan data dari Bank Indonesia (BI) nilai transaksi *digital banking* di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Pada agustus 2023 transaksi *digital banking* secara nasional sebesar Rp. 5,1 kuadriliun, nilai ini meningkat dari tahun sebelumnya sebesar 11,9 % (*year on year*). Namun pertumbuhan yang sangat pesat ini belum di iringi dengan peningkatan literasi masyarakat dibidang keuangan digital. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya kasus yang di ungkap oleh Bank Indonesia terkait dengan *fintech* ini, seperti pencurian uang dengan modus *skimming* melalui ATM ataupun *m-banking* (Rahayu, 2022).

Pengetahuan digital seseorang harus tetap diasah terutama dalam hal menerima atau menolak, mengevaluasi dan menemukan suatu informasi yang didapat. Dengan adanya pemahaman yang bagus tentang literasi keuangan digital, seseorang dapat mengetahui suatu teknologi dan memahami bagaimana cara mengoperasikannya serta sadar dengan apa yang akan ditimbulkan (Pradini & Susanti,

2021). Seseorang yang memiliki tingkat literasi yang baik akan dapat lebih memanfaatkan teknologi, menggunakan dan memahami konten digital secara benar dan tepat. Contohnya seperti saat menggunakan layanan *BSI mobile*, dalam menjalankan *BSI mobile* diperlukan pemahaman tentang literasi keuangan digital. Berikut beberapa ulasan dari pengguna *BSI mobile* yang menunjukkan ketidakpuasan mereka terhadap aplikasi *BSI mobile* :

Gambar 1. 2

Ulasan Yang Menunjukkan Kurangnya Literasi Keuangan Digital Pada Pengguna BSI Mobile



Sumber: BSI Mobile dari Google Play Store (2024)

Ulasan ulasan diatas menunjukkan kurangnya literasi keuangan di kalangan nasabah. Ketidapahaman ini terlihat ketika pengguna mengaitkan sikap *customer service* (CS) dengan prinsip syariah, padahal perilaku individu tersebut merupakan aspek pribadi yang tidak seharusnya mencerminkan nilai-nilai yang diusung oleh lembaga keuangan. Selain itu, keluhan mengenai biaya administrasi yang dianggap tidak sesuai dengan prinsip syariah juga perlu ditelaah lebih mendalam. Penting untuk memahami bahwa setiap bank, termasuk bank syariah, memiliki biaya operasional yang sah. Biaya tersebut tidak bertentangan dengan prinsip syariah selama transparan, jelas, dan tidak mengandung unsur riba. Kemudian sikap yang menganggap bank sebagai *debt collector* dapat muncul dari kurangnya pemahaman mengenai proses pengelolaan utang dan hak serta kewajiban nasabah. Dalam hal ini, edukasi mengenai literasi keuangan dan prinsip-prinsip syariah sangat penting untuk membantu pengguna memahami layanan yang mereka gunakan dengan lebih baik. Agar nasabah dapat bertransaksi dengan bijak, mereka perlu menyadari bahwa masalah personal, seperti sikap individu, sebaiknya tidak dikaitkan dengan nilai-nilai syariah yang dianut oleh bank. Dengan meningkatkan pemahaman tentang hubungan antara biaya administrasi, layanan bank, dan prinsip syariah, pengguna diharapkan dapat mengevaluasi pengalaman mereka secara lebih objektif dan konstruktif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dwiningsih (2020), dan vebiana (2018) yang membuktikan bahwa literasi digital

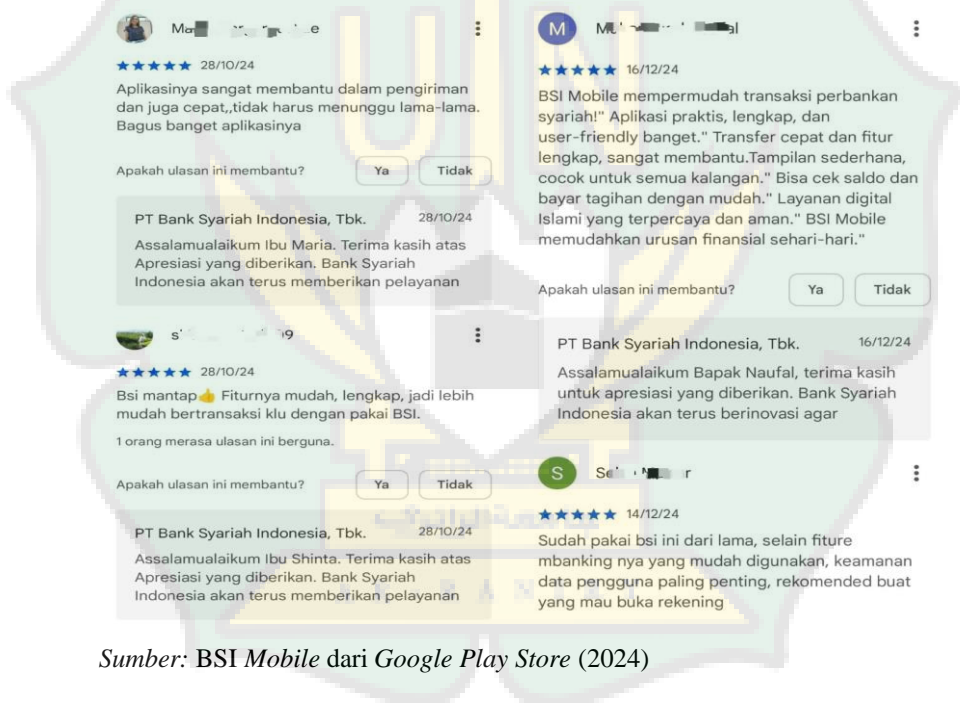
berpengaruh positif dalam meningkatkan kinerja perbankan, namun hal ini berbeda dengan penelitian (Susilawaty & Nicola, 2020) yang menunjukkan bahwa layanan perbankan digital tidak berpengaruh positif signifikan. Dan juga penelitian (Pradini & Susanti, 2021) yang menyatakan literasi digital tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Berdasarkan paparan di atas dan juga perbedaan hasil penelitian tersebut, maka peneliti ingin menguji pengaruh literasi keuangan digital seseorang terhadap minat menggunakan BSI *mobile*.

Mobile banking (BSI *mobile*) merupakan suatu aplikasi layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja. Suatu produk yang di ciptakan dalam bentuk aplikasi seperti *mobile banking* ini tentunya terdapat kemudahan dalam penggunaannya. Akan tetapi setiap individu memiliki karakter yang berbeda-beda, demikian pula saat individu itu menggunakan aplikasi *mobile banking* yang akan memiliki persepsi masing- masing pula. Ketika seseorang merasa bahwa penggunaan *mobile banking* mudah dan tidak rumit, mereka cenderung lebih tertarik untuk menggunakannya. Dalam beberapa penelitian, ditemukan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan, semakin tinggi pula minat individu untuk menggunakan *mobile banking*. Hal ini dapat disebabkan oleh kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkan oleh *mobile banking*, seperti kemampuan untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa harus pergi ke bank secara langsung. Jika seseorang merasa bahwa penggunaan

mobile banking mudah, mereka cenderung melihat manfaat dan kegunaan dari layanan tersebut, serta memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap keamanan dan privasi data mereka. Berikut beberapa ulasan nasabah yang merasa terbantu dan transaksi lebih mudah dengan menggunakan BSI *mobile*:

Gambar 1.3

Ulasan Pengguna Yang Memiliki Persepsi Kemudahan Dalam Menggunakan BSI Mobile



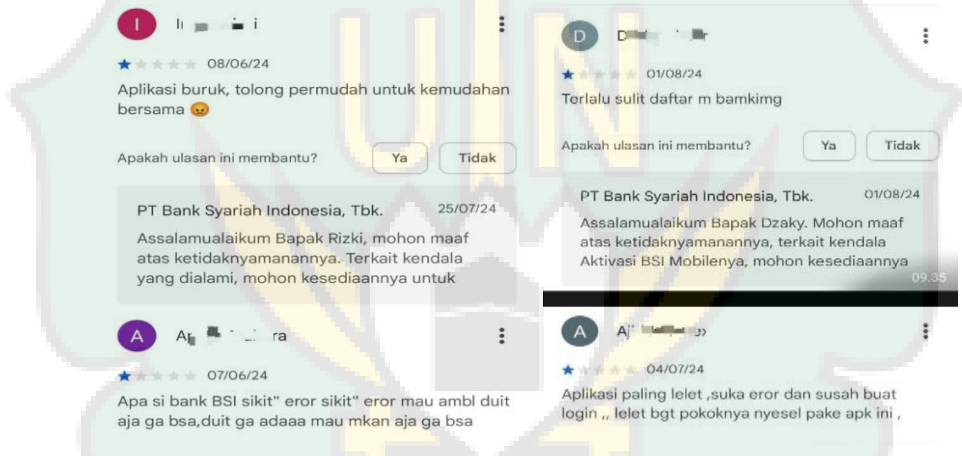
Sumber: BSI Mobile dari Google Play Store (2024)

Namun sebaliknya, jika nasabah memiliki persepsi bahwa *mobile banking* itu sulit digunakan karena beberapa kendala teknis atau ada yang tidak paham bagaimana cara menggunakannya beranggapan dengan menggunakan *mobile banking* hanya akan lebih

rumit dan menambah risiko dalam penggunaannya. Sehingga nasabah tersebut akan lebih cenderung memilih untuk tidak menggunakan *mobile banking*. Berikut beberapa ulasan pengguna BSI *mobile* yang berpendapat BSI *mobile* itu sulit digunakan dan hanya akan mempersulit penggunaanya dalam melakukan transaksi:

Gambar 1. 4

Ulasan Pengguna Yang Tidak Memiliki Persepsi Kemudahan Dalam Menggunakan BSI Mobile



Sumber: BSI Mobile dari Google Play Store (2024)

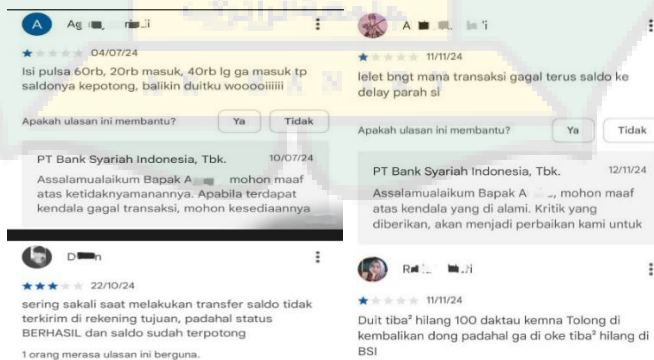
Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Romadloniyah & Prayitno (2018) memberikan hasil bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Dewi et al. (2018), Pradini & Susanti (2021) membuktikan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Selanjutnya

penelitian yang dilakukan oleh Sulkarnain et al. (2022) membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Awalina (2019) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Atieq & Nurpiani (2022) yang membuktikan bahwa persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Berdasarkan paparan dan juga perbedaan hasil penelitian tersebut, maka peneliti juga ingin menguji pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan BSI *mobile*.

Dalam penggunaan teknologi informasi yang termasuk juga didalamnya *mobile banking* tentunya juga tidak terlepas dari risiko yang akan dihadapi. Risiko merupakan salah satu faktor yang harus dipertimbangkan dalam memulai segala sesuatu, termasuk juga dalam memulai menggunakan *mobile banking*. Hal ini dikarenakan penggunaan *mobile banking* menggunakan informasi-informasi sensitif seperti data pribadi dan data keuangan antara bank dan nasabahnya. Risiko adalah suatu ketidakpastian yang dirasakan pengguna dan menimbulkan kerugian bagi pengguna (Nurdin et al., 2020). Meskipun *mobile banking* dinilai sudah cukup aman dimana identitas penggunanya jelas, satu nomor ponsel hanya biasa digunakan oleh satu orang, akan tetapi tetap saja ada banyak risiko

yang akan dihadapi nasabah ketika tidak hati - hati dalam penggunaan *mobile banking* salah satu diantaranya ialah *hacker* atau penyalahgunaan rekening nasabah, contoh lainnya ialah adanya *phising* atau pembuatan situs yang mirip dengan situs bank aslinya sehingga tanpa disadari nasabah yang bersangkutan telah mengakses situs palsu tersebut karena tampilan dan formatnya sangat mirip menyerupai situs aslinya. Oleh sebab itu sebelum menggunakan *BSI mobile*, tentunya nasabah telah mempertimbangkan berbagai risiko yang bisa timbul. Tingkat risiko menjadi faktor penting dalam melakukan transaksi secara *online*, karena jika tingkat risiko yang dirasa tinggi akan membuat nasabah kurang berminat dalam memanfaatkan *mobile banking* (Cahyaningtyas & Witono, 2022). Berikut beberapa ulasan pengguna *BSI mobile* yang menunjukkan ketidakpuasan dan kekhawatiran mereka terhadap layanan *BSI mobile*, diantaranya yaitu:

Gambar 1. 5 Ulasan Pengguna Tentang Risiko Yang Dialami Dalam Menggunakan BSI Mobile

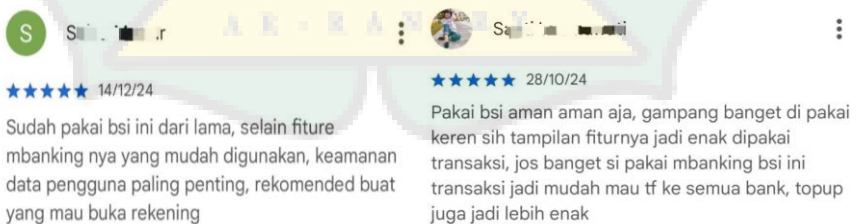


Sumber: BSI Mobile dari Google Play Store (2024)

Ulasan-ulasan tersebut mencerminkan ketidakpuasan nasabah terhadap layanan BSI Mobile, terutama terkait dengan transaksi yang tidak berjalan sesuai harapan. Masalah seperti saldo yang terpotong tanpa ada konfirmasi yang jelas, serta transfer yang tidak berhasil meskipun status menunjukkan bahwa transaksi tersebut sukses, dan juga kegagalan dalam melakukan transaksi dapat menciptakan ketidakpercayaan di kalangan pengguna. Sangat penting bagi pengembang dan penyedia layanan untuk mendengarkan masukan ini dan melakukan perbaikan yang diperlukan. Meningkatkan keandalan sistem, memastikan keamanan transaksi agar terhindar dari risiko – risiko yang tidak di inginkan. Selain itu terdapat juga nasabah yang merasa aman dan puas dalam menggunakan layanan aplikasi BSI *mobile* diantaranya seperti ulasan-ulasan berikut ini:

Gambar 1. 6

Ulasan Pengguna Yang Merasa Aman Dari Risiko Dalam Menggunakan BSI Mobile





Sumber: BSI Mobile dari Google Play Store (2024)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kustina & Normalinda (2020), Sulkarnain et al., (2022) yang membuktikan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Atieq & Nurpian (2022), yang menyatakan bahwa risiko tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Berdasarkan paparan diatas dan juga perbedaan hasil penelitian tersebut, maka peneliti ingin menguji pengaruh risiko terhadap minat menggunakan BSI *mobile*.

PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki jaringan kantor cabang yang tersebar di berbagai wilayah, diantaranya yaitu PT. Bank Syariah Indonesia region Aceh. Di Aceh Bank Syariah Indonesia ini memiliki beberapa kantor cabang juga yang tersebar di setiap daerah nya, salah satunya yaitu Bank Syariah cabang Tapaktuan Kabupaten Aceh Selatan.

Bank Syariah Indonesia region Aceh hadir sebagai bank syariah ditengah - tengah bank lain yang juga sudah menerapkan prinsip syariah yang ada di Aceh dengan berbagai keunggulannya dalam fitur layanannya. Hal ini menjadi tantangan tersendiri juga bagi bank BSI kantor cabang Tapaktuan Aceh selatan dalam menarik minat masyarakat agar menjadi nasabahnya.

Alasan peneliti memilih bank BSI dikarenakan banyaknya peminat BSI *mobile* di Aceh. Jumlah pengguna BSI *Mobile* di Region Aceh pada Februari 2023 sekitar 542.161 pengguna dan terus bertambah. Menurut CEO BSI Region Aceh Wisnu Sunandar pada Februari 2023 menyatakan bahwa jumlah pengguna BSI *Mobile* naik sebesar 151% secara YOY (*Year On Year*) Jumlah pengguna yang semakin meningkat ini dipengaruhi oleh perubahan perilaku masyarakat yang semakin *digital savy* dan familier dengan *mobile banking* pada bank BSI (acehprov.go.id, 2023). Selain itu Bank Syariah Indonesia merupakan Bank syariah yang mempunyai aplikasi BSI *mobile* terbilang baik dibandingkan dengan aplikasi *mobile banking* pada bank lainnya. Berdasarkan pada data pada *Google Play Store*, aplikasi BSI *mobile* memiliki total penilaian bintang sebanyak 4.5 dengan ulasan sebanyak lebih dari 162 ribu ulasan berdasarkan *rate* bintang 5 dan total unduhan sebesar 5 juta lebih. Aplikasi BSI *mobile* ini tentunya harus terus dirancang agar dapat tetap unggul, berkembang dan bersaing dengan bank – bank yang lain. Oleh sebab itu Bank Syariah Indonesia harus tetap

memantau dan memperhatikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat dalam menggunakan BSI *mobile* tersebut.

Bank Syariah Indonesia yang diteliti dalam penelitian ini ialah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tapaktuan Aceh Selatan. Pusat pemerintahan Kabupaten Aceh Selatan terletak di Kecamatan Tapaktuan. Alasan pengambilan tempat ini dikarenakan beberapa hal diantaranya: Dari hasil observasi awal peneliti dengan beberapa nasabah BSI cabang Tapaktuan tersebut, diperoleh kesimpulan bahwa banyak dari nasabah yang hanya buka rekening bank namun tidak menggunakan BSI *mobile*. Hal ini dikarenakan banyaknya nasabah yang masih minim pemahaman tentang literasi keuangan digital, banyak yang masih kurang atau belum mengerti tentang cara penggunaan BSI *mobile*, sehingga lebih memilih untuk tidak menggunakannya karena takut salah tekan dan dapat menyebabkan hilangnya uang dalam rekening atau hal – hal yang merugikan lainnya. Kemudian dalam mengakses BSI *mobile* sering terjadi gangguan sistem layanan (error) dan ketika nasabah melakukan transaksi sering gagal, sehingga takut mengambil risiko bila mengakses BSI *mobile*. Selain itu juga terdapat beberapa daerah di Tapaktuan Aceh Selatan yang memiliki koneksi internet yang tidak bagus, sehingga sulit untuk mengakses BSI *mobile*. (wawancara Lena, elvi, Pida & Peni, 2023).

Selain itu, penipuan online juga kerap terjadi di Aceh Selatan, hal ini dapat dilihat pada tahun-tahun sebelumnya, seperti di tahun

2023 Kapolres Aceh Selatan saat itu AKBP Nova Suryandaru, S.I.K., mengingatkan masyarakat untuk waspada setelah seorang warga kehilangan 99,4 juta rupiah akibat penipuan tersebut. Salah satu modus yang umum adalah *phishing*, di mana penipu mengirim tautan ke situs web palsu untuk mencuri data pribadi korban. Selanjutnya ditahun 2024 kapolres AKBP Mughni Prasetyo Habrianto, S.I.K juga mengimbau masyarakat untuk tidak mudah percaya pada informasi dari telepon seluler dan media sosial, mengingat puluhan orang telah menjadi korban dengan total kerugian hampir 1 miliar rupiah. Kasus-kasus ini menunjukkan bahwa kurangnya literasi keuangan digital membuat masyarakat rentan terhadap penipuan, sehingga penting untuk selalu berhati-hati dan tidak mudah percaya terhadap tawaran yang mencurigakan. (tribratanewsacehselatan.com)

Masalah – masalah tersebut membuat nasabah ragu atau bahkan tidak lagi menggunakan *mobile banking* karena akan merepotkan ketika akan mengurus hal tersebut. Hal semacam ini berdampak kepada nasabah yang baru menggunakan layanan *mobile banking*, nasabah lebih memilih melakukan transaksi melalui ATM atau datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi. Karena nasabah akan merasa lebih aman ketika melakukan transaksi secara tunai ke bank, nasabah juga tidak perlu khawatir uangnya akan terdebit secara tidak sengaja ketika melakukan transaksi karena nasabah melakukan transaksi langsung ke meja teller. Hal tersebut juga tidak membuat nasabah lain yang membutuhkan *mobile*

banking untuk menggunakan aplikasi yang sudah disediakan Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap penggunaan layanan BSI *mobile* pada BSI cabang Tapaktuan. Oleh karena itu peneliti mengambil judul: “**Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan BSI Mobile Di Tapaktuan Aceh Selatan**”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah literasi keuangan digital berpengaruh terhadap minat penggunaan BSI *mobile*?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan BSI *mobile*?
3. Apakah risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan BSI *mobile*?
4. Apakah literasi digital, persepsi kemudahan dan risiko berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan BSI *mobile*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan digital terhadap minat penggunaan BSI *mobile*
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan BSI *mobile*

3. Untuk mengetahui pengaruh risiko terhadap minat penggunaan BSI *mobile*
4. Untuk mengetahui pengaruh literasi digital, persepsi kemudahan dan risiko secara simultan terhadap minat penggunaan BSI *mobile*

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini di harapkan dapat berguna untuk berbagai pihak yang mana antara lain sebagai berikut:

A. Manfaat Teoritis

1. Dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh literasi keuangan digital, persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat penggunaan BSI *mobile*.
2. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi setiap pembaca dan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya terhadap minat nasabah dalam menggunakan BSI *mobile*.

B. Manfaat Praktis

1. Bagi lembaga keuangan syariah
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu informasi dan masukan khususnya bagi Bank Syariah Indonesia cabang Tapaktuan Aceh Selatan dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas *mobile banking*.

2. Bagi masyarakat umum

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dan dapat menambah wawasan tentang pengaruh literasi keuangan digital, persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat menggunakan *BSI mobile*.

C. Manfaat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi dan masukan untuk perkembangan teknologi informasi dibidang keuangan (*fintech*). Serta juga dapat menjadi masukan dalam membuat kebijakan – kebijakan mengenai *financial technology* dimasa yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk lebih memudahkan dalam penyusunan karya ilmiah ini, penulis menguraikan sistematika pembahasan supaya satu bab dengan bab yang berikutnya saling berkesinambungan yang mana tersusun menjadi 5 bab dengan menggunakan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

BAB I membahas mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian yang akan dilakukan menurut kontribusi praktis dan kontribusi teoritis.

BAB II : Landasan Teori

BAB II membahas tentang kerangka teori dan landasan teori yang terdiri dari tiga pokok pembahasan yaitu teori, temuan penelitian terkait, teori yang menjelaskan hubungan antar variabel yang didukung oleh penelitian terkait, model penelitian atau kerangka berfikir dan pengembangan hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian

BAB III merupakan metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian dengan menjelaskan pendekatan penelitian dan arah penelitian yang digunakan, populasi dan sampel, lokasi penelitian, sumber data dan teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, definisi dan operasional variabel penelitian, metode dan teknik analisis data, skala pengukuran dan pengujian hipotesis.

BAB IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Merupakan bagian yang memuat deskripsi tentang penelitian, hasil analisis serta pembahasan secara mendalam tentang hasil penelitian.

BAB V : Penutup

Merupakan bagian akhir yang berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang membangun untuk objek penelitian yang dipilih oleh penulis.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Perbankan Syariah

2.1.1 Pengertian Perbankan Syariah

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan pada prinsip-prinsip hukum Islam yaitu sesuai dengan Al- Quran dan hadist Rasulullah SAW. Prinsip syariah yang menjadi landasan dalam menjalankan bank syariah ini diatur oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang syariah seperti fatwa Majelis Ulama Indonesia (fatwa MUI). Dalam prinsip syariah mengandung prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kehati-hatian, kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan objek yang haram. Implementasi prinsip syariah inilah yang menjadi pembeda utama bank syariah dengan bank konvensional.

Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha yang berpedoman pada prinsip syariah, demokrasi ekonomi dan konsep kehati-hatian dalam kegiatan operasionalnya.

Dapat disimpulkan bahwa bank syariah adalah badan usaha yang menjalankan usahanya dengan cara menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada

masyarakat dalam bentuk pembiayaan ataupun bentuk jasa lainnya yang berpedoman pada prinsip syariah untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.

2.1.2 Prinsip – prinsip pada bank syariah

Prinsip utama yang mengatur bank syariah adalah larangan riba (bunga), larangan gharar (ketidakpastian) dan larangan hal – hal yang diharamkan dalam hukum islam (Salwa et all., 2023). Dalam operasionalnya, perbankan syariah harus selalu berlandaskan pada prinsip-prinsip sebagai berikut:

- a) Keadilan, yakni berbagi keuntungan atas dasar penjualan riil sesuai kontribusi dan risiko masing-masing pihak.
- b) Kemitraan, yang berarti posisi nasabah investor (penyimpan dana), dan pengguna dana, serta lembaga keuangan itu sendiri, sejajar sebagai mitra usaha yang saling bersinergi untuk memperoleh keuntungan.
- c) Transparansi, lembaga keuangan Syariah akan memberikan laporan keuangan secara terbuka dan berkesinambungan agar nasabah investor dapat mengetahui kondisi dananya.
- d) Universal, yang artinya tidak membedakan suku, agama, ras, dan golongan dalam masyarakat sesuai dengan prinsip Islam sebagai rahmatan lil alamin.

Selain itu, adapun prinsip-prinsip syariah yang dilarang dalam operasional perbankan syariah adalah kegiatan yang mengandung unsur-unsur sebagai berikut (Ghozali, 2018):

- a) Transaksi dengan barang atau jasa yang bertentangan dengan hukum Islam (haram).

Melakukan segala bentuk transaksi ataupun produksi barang haram dilarang dalam hukum Islam. Oleh sebab itu bank syariah harus memastikan bahwa semua produk dan jasa yang mereka tawarkan tidak melanggar prinsip – prinsip syariah. Adapun contoh dari barang dan jasa yang haram diantaranya: transaksi yang melibatkan minuman keras (khamar), produk daging babi dan lain sebagainya. Hal ini sebagaimana yang disebutkan dalam Al-Quran surah Al- Baqarah ayat 173 yang artinya:

“Sesungguhnya dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah...”

Selanjutnya pelarangan terhadap khamar juga banyak diterangkan dalam Al-Quran, salah satunya terdapat dalam dalam Q.S. Al- Baqarah ayat 219 yang artinya:

“Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi, katakanlah dalam keduanya terdapat dosa besar dan juga manfaat bagi manusia, namun dosanya lebih besar daripada manfaatnya...” (Q.S. Al- Baqarah ayat 219)

b) Maysir

Menurut bahasa maysir berarti gampang/mudah, sedangkan menurut istilah maysir berarti memperoleh keuntungan tanpa harus bekerja keras. Maysir sering dikenal dengan perjudian karena dalam praktik perjudian seseorang dapat memperoleh keuntungan dengan cara mudah. Dalam perjudian, seseorang dalam kondisi bisa untung atau bisa rugi. Judi dilarang dalam praktik keuangan Islam, sebagaimana yang disebutkan dalam firman Allah dalam Al-Qur'an yang artinya:

"Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya khamar, maysir, berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah perbuatan keji termasuk perbuatan syetan, maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan" (QS Al-Maidah: 90).

Pelarangan maysir oleh Allah SWT dikarenakan efek negatif dari maysir. Ketika melakukan perjudian seseorang dihadapkan kondisi dapat untung maupun rugi secara tidak normal. Perjudian tidak sesuai dengan prinsip keadilan dan keseimbangan sehingga diharamkan dalam sistem keuangan Islam.

c) Gharar

Menurut bahasa gharar berarti pertaruhan, sedangkan menurut istilah gharar berarti sesuatu yang mengandung ketidakjelasan, pertaruhan atau perjudian. Setiap transaksi yang masih belum jelas barangnya atau tidak berada dalam kuasanya atau di luar jangkauan termasuk jual beli gharar. Contohnya

membeli ternak yang masih dalam kandungan induknya termasuk dalam transaksi yang bersifat gharar. Pelarangan gharar karena memberikan efek negatif dalam kehidupan karena gharar merupakan praktik pengambilan keuntungan secara batil. Ayat yang melarang gharar diantaranya:

"Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui" (Q.S Al-Baqarah: 188).

d) Riba

Riba secara bahasa berarti penambahan, kelebihan, pertumbuhan atau peningkatan. Sedangkan menurut istilah teknis, riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara bathil. Para ulama sepakat bahwa hukumnya riba adalah haram. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Ali-Imran ayat 130 yang melarang kita untuk memakan harta riba secara berlipat ganda. Ada banyak ayat Al-Qur'an yang menjelaskan tentang keharaman riba, diantaranya: Surat Al-Baqarah, ayat 275 yang artinya:

"Orang-orang yang makan (mengambil) riba' tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba,

padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...(Q.S. Al- Baqarah: 275).

Selanjutnya juga terdapat dalam Surat An-Nisa, ayat 161 artinya yaitu:

"Dan karena mereka menjalankan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang darinya dan karena mereka memakan harta orang dengan cara yang tidak sah (bathil). Kami telah menyediakan untuk orang-orang kafir diantara mereka azab yang pedih". (Q.S An-Nisa: 161)

2.1.3 Fungsi Dan Peran Bank Syariah

Pada dasarnya bank syariah memiliki fungsi yang tidak jauh berbeda dengan bank konvensional, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan fungsi intermediasinya berdasarkan pada prinsip syariah Islam. Bank syariah berfungsi sebagai mitra bagi setiap nasabahnya dan terlibat dalam setiap transaksi bisnis dengan cara yang adil dan beretika (Nuraeni & Irawati, 2021). Fungsi dan peran Bank syariah juga tertera dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 yang menyatakan bahwasanya:

- 1) Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS) wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
- 2) Bank Syariah dan Unit Usaha Syaiah (UUS) dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana

sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.

- 3) Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS) dapat menghimpun dana sosial berasal dari dana wakaf dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (*wakif*).
- 4) Alat transmisi kebijakan moneter (sama seperti bank konvensional)

Pada umumnya bank memiliki tiga fungsi utamanya diantaranya:

- 1) Sebagai alat untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat.
- 2) Sebagai mobilisasi dana untuk pembangunan ekonomi suatu negara dengan menghimpun dana dari masyarakat untuk berinvestasi terhadap pembangunan negara.
- 3) Sebagai lembaga yang memberikan pelayanan kepada masyarakat, berupa jasa pelayanan perbankan sehingga nasabah dapat merasa aman dan nyaman dalam menyimpan dananya di bank tersebut.

2.1.4 Akad- akad bank syariah

Produk-produk bank syariah diantaranya yaitu: produk pendanaan/ funding (tabungan, deposito dan giro), produk Pembiayaan/ financing (mudharabah, musyarakah, ijarah, murabahah, salam, istisna dan qardh), dan produk jasa (sharf atau

jual beli valutas asing yang penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama).

Secara umum terdapat beberapa jenis Akad pada bank syariah yang dianut berdasarkan hukum Islam (Pradesyah, 2018) diantaranya:

1. Mudharabah

Mudharabah adalah suatu bentuk kerjasama usaha antara mudharib (pengelola dana) dengan mudharib (pengelola dana) dengan nisab bagi hasil antara keduanya yang telah ditetapkan berdasarkan kesepakatan diawal. Biasanya jika terjadi kesalahan atau kebangkrutan, seluruh kerugian akan ditetapkan kepada pemilik usaha.

2. Musyarakah

Musyarakah adalah akad atau kerjasama antara dua orang atau lebih untuk melakukan suatu usaha secara produktif dan halal, dengan perjanjian jika semua keuntungan akan ditanggung bersama, begitupun jika nantinya terjadi kerugian, maka risiko akan ditanggung bersama menurut porsi kerja masing-masing.

3. Wadiah

Wadiah Adalah suatu bentuk titipan murni dari satu pihak ke pihak lainnya, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kepada pihak penitip kapanpun penitip tersebut menginginkannya.

4. Murabahah

Murabahah merupakan suatu proses jual beli yang ditambahkan dengan sejumlah keuntungan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak, yakni pembeli dan penjual. Prinsip murabahah memperbolehkan penyerahan barang dilakukan pada saat transaksi sementara pembayaran secara tunai, tanggungan, maupun dicicil.

5. Salam

Merupakan bentuk transaksi jual beli barang tertentu antara pihak penjual dan pembeli yang harga jualnya terdiri dari harga pokok barang, serta keuntungan yang telah ditentukan dan disepakati bersama. Selain itu, pada prinsip salam pembayaran dilakukan dimuka, sementara penyerahan barang dilakukan kemudian hari.

6. Istishna'

Adalah suatu transaksi jual beli seperti pada prinsip Salam, yakni penyerahan barang dilakukan dikemudian hari, namun hal yang membedakan adalah pembayaran boleh dilakukan dengan sistem cicilan.

7. Ijarah

Merupakan akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang tersebut.

8. Qardh

Merupakan suatu perjanjian pinjam- meminjam berbentuk uang ataupun barang. prinsip ini dilakukan tanpa adanya orientasi keuntungan, namun pihak bank sebagai pemberi jaminan boleh meminta ganti biaya yang nantinya diperlukan selama kerjasama berlangsung. Jenis pinjam meminjam yang menggunakan prinsip qardh diantaranya, pinjaman talangan haji, pinjaman tunai, pinjaman kepada pengusaha kecil, dan pinjaman kepada pengurus bank.

9. Rahn (Gadai)

Merupakan kegiatan kerjasama antara pihak bank dan peminjam, dimana pihak bank akan meminta suatu satu harta pemilik atau peminjam untuk digunakan sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Hal ini dilakukan untuk memberikan jaminan pembayaran kepada bank atas pinjaman yang diberikan. Ketika pinjaman telah dikembalikan secara lunas, pihak bank pun akan mengembalikan barang jaminan kepada peminjam.

10. Hawalah / Hiwalah

Adalah suatu pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Prinsip ini dilakukan untuk membantu supplier mendapatkan bantuan tunai supaya dapat melanjutkan produksinya. Sedangkan pihak bank akan tetap mendapatkan biaya ganti atas jasa pemindahan.

11. Wakalah

Wakalah merupakan transaksi atau perjanjian yang timbul akibat salah satu pihak memberikan suatu obyek perikatan yang berbentuk jasa. Wakalah adalah penyerahan, pendelegasi, atau bisa dikatakan pemberian mandat. Transaksi wakalah dapat dijumpai pada transaksi perbankan pada umumnya seperti penagihan, pembayaran, agensi, serta transaksi lainnya.

12. Jualah

Jualah adalah janji atau komitmen (*iltizam*) untuk memberikan imbalan (*reward*) tertentu atas pencapaian hasil (*natijah*) yang ditentukan dari suatu pekerjaan. Pihak yang berjanji akan memberikan imbalan tertentu atas pencapaian hasil pekerjaan (*natijah*) yang ditentukan disebut dengan jail. Sedangkan maju'lah adalah pihak yang melaksanakan jualah (Budianto & Dewi, 2023).

2.1.5 Produk dan jasa bank syariah

Produk dan jasa yang diberikan oleh bank syariah terdiri dari tiga tipe diantaranya yaitu (pradesyah, 2018):

- a. Produk pendanaan (*funding*): adalah produk simpanan seperti: tabungan, deposito dan giro yang memakai prinsip mudharabah dan wadiah.

- b. Produk penyaluran dana: adalah produk pembiayaan (*financing*) dengan memakai prinsip seperti jual beli (murabahah, salam, istisna), bagi hasil (mudharabah dan musyarakah) serta ujah atau upah.
- c. Produk jasa: adalah produk bank syariah yang berdasarkan pada prinsip syariah seperti wakalah, Kafalah, Sharf, dan Hawalah. Adapun contoh layanannya seperti transfer, kliring, inkaso, *payroll*, dan bank garansi.

2.2 Mobile Banking

2.2.1 Pengertian *mobile banking*

Menurut Nurdin et al. (2020) *mobile Banking* adalah layanan melalui saluran distribusi elektronik bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui SMS atau jaringan komunikasi lainnya dengan sarana telepon seluler atau komputer tablet.

Mobile banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Layanan *mobile banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. *Mobile banking* menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan SMS banking karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS banking (Atieq & Nurpiani, 2022).

Sedangkan menurut Ningrum et al. (2021) *Mobile Banking* adalah salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh

bank termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *Mobile banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi maju, layanan ini berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan. *Mobile banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*. Layanan *mobile banking* dapat digunakan melalui menu yang sudah tersedia pada *SIM Card*, atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah.

2.2.2 Manfaat *Mobile Banking*

Manfaat dari penggunaan *mobile banking* diantaranya yaitu (Sulkarnain et al., 2022):

- a. Mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi
- b. Dapat menambah pengetahuan lebih mudah
- c. Mempercepat waktu dalam penggunaan
- d. Dan dapat mempengaruhi kinerja seseorang

2.2.3 Faktor yang mempengaruhi sikap terhadap *mobile banking*

Menurut Fadlan (2018), adapun faktor yang mempengaruhi sikap terhadap *mobile banking* diantaranya adalah:

1. Keamanan sistem *mobile banking*

Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui sistem *online* merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan *mobile banking* untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media *mobile banking*.

2. Kemudahan untuk diakses

Kemudahan untuk mengakses sistem layanan secara *online* melalui media *mobile banking* merupakan salah satu faktor yang menentukan kesediaan nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Semakin mudah konsumen dalam mengakses situs atau *website* perusahaan jasa layanan perbankan, maka akan meningkatkan sikap konsumen pada jasa layanan perusahaan serta jasa perusahaan akan menunjang sikap konsumen.

3. Privasi pengguna

Dalam sistem layanan perbankan/transaksi keuangan secara *mobile*, nasabah menginginkan privasi yang tinggi. Nasabah tidak mau data dirinya diketahui atau disebarkan dengan sengaja oleh perusahaan. Oleh sebab itu, privasi pengguna merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*.

4. Keandalan layanan (layanan 24 jam)

Transaksi keuangan secara *mobile* memiliki keunggulan tanpa batas waktu. Perusahaan yang mampu memberikan layanan tanpa batas waktu (24 jam sehari) akan lebih diminati nasabah.

5. Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan

Salah satu faktor yang menentukan nasabah untuk menggunakan jasa layanan perbankan (*mobile banking*) adalah kredibilitas perusahaan penyedia jasa layanan *mobile banking*. Perusahaan dengan tingkat kredibilitas yang tinggi lebih diminati nasabah untuk digunakan jasa layanan *mobile banking* nya.

6. Kecepatan koneksi jaringan

Salah satu aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan koneksi dalam sistem perbankan secara *mobile*. Meskipun kesalahan ini tidak terdapat pada sistem perbankkannya melainkan pada provider yang dipakai oleh nasabah tersebut. Provider jaringan tergantung pada sinyal yang ada pada jaringan di tempat masing-masing, kesalahan pada koneksi sering terjadi pada tempat yang jauh dari jangkauan signal.

2.2.4 Fitur Dan Layanan Pada *Mobile Banking*

Terdapat beberapa fitur pada aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia, hal ini dapat dilihat langsung pada aplikasi BSI *mobile*. Adapun fitur –fitur yang tersedia di aplikasi BSI *mobile* diantaranya yaitu:

1) Info rekening

Fitur ini berfungsi untuk melihat semua informasi transaksi rekening BSI *Mobile*, baik itu tabungan Wadiah, Mudharabah, ataupun tabungan Mabrur dan lain sebagainya.

2) Transfer

Fitur ini memudahkan nasabah untuk mengirim uang antar rekening Bank Syariah Indonesia maupun rekening lain, baik transfer *online*, transfer SKN (kliring).

3) Pembayaran

Fitur ini merupakan fitur yang memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi pembayaran berbagai kebutuhan seperti pembayaran listrik, PDAM, asuransi, BPJS, internet, pajak, *e-commerce*, tiket, multi *payment* dan lain sebagainya

4) Pembelian

Fitur ini menyediakan berbagai transaksi pembelian berbagai macam kebutuhan nasabah dengan mudah, seperti: pembelian *Voucher HP*, *Top Up*, *e-money*, Kartu Debit OTP, aqiqah dan lain sebagainya

5) QRIS

Fitur ini dapat digunakan untuk melakukan berbagai transaksi dengan menggunakan *scan* kode QR yang tersedia.

6) E-mas dan Gadai emas

Merupakan layanan yang memungkinkan nasabah melakukan pembelian, penjualan, transfer dan Tarik fisik emas.

7) Tarik tunai

Bank Syariah Indonesia memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan penarikan dana tunai di rekening BSI tanpa menggunakan kartu Bank Syariah Indonesia Debit. Nasabah bisa menarik uang mulai dari Rp 50.000 hingga Rp 500.000 per harinya.

8) Favorit

fitur ini bisa digunakan untuk menyimpan berbagai transaksi yang sering dilakukan, seperti transfer, pembayaran, pembelian, Ziswaf, dan sebagainya.

9) Layanan Islami

Layanan ini juga menyediakan fitur Al-Quran, asmaul husna, kalkulator qurban dan sebagainya.

10) ATM cabang

Fitur ini membantu nasabah untuk mengetahui lokasi ATM cabang terdekat.

11) Kotak masuk

Untuk memudahkan transaksi nasabah, semua dokumen transaksi perbankan nasabah akan disimpan dalam kotak masuk ini. Selain itu, nasabah juga dapat melihat notifikasi mengenai berbagai program yang ditawarkan

12) Manajemen kartu

Apabila terjadi masalah dengan kartu debit maka nasabah dapat dengan mudah melakukan pemblokiran terhadap kartu tersebut

13) Info Kurs

Fitur ini menampilkan pergerakan harga jual dan beli kurs untuk kemudahan nasabah bertransaksi valuta asing.

14) BSI *mobile keyboard*

Untuk nasabah yang sedang *online* dan ingin bertransaksi perbankan tanpa keluar aplikasi. Fitur ini memudahkan nasabah untuk bertransaksi sambil tetap *online*. Tekan tombol aktifkan *keyboard* dan pilih MSM *Keyboard*. Chat lancar, transaksi jalan terus.

15) Pengaturan kata sandi dan ubah pin

16) Donasi *online*

Merupakan fitur yang memudahkan Anda untuk berbagi keberkahan dan menjalankan kewajiban sebagai muslim salah satunya yaitu dengan donasi online atau berzakat

17) Layanan *Customer Service*

Dengan layanan ini, nasabah dapat mengakses layanan pelanggan untuk mendapatkan bantuan atau informasi lebih lanjut mengenai produk dan layanan BSI

18) Buka Rekening Bank Syariah Indonesia *Online*

19) Fitur Edukasi

Layanan ini menyediakan informasi dan edukasi mengenai produk keuangan syariah, membantu nasabah untuk lebih memahami layanan yang mereka gunakan

20) Pengaturan Bahasa, Jadwal Shalat.

21) Lain Sebagainya

Aplikasi BSI *mobile* akan terus melakukan perbaruan secara berkala, kemungkinan penambahan fitur – fitur baru akan terus meningkat seiring dengan berjalannya waktu.

2.2.5 Hal – Hal Yang Dapat Dilakukan Untuk Keamanan Menggunakan *Mobile Banking*

Beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh nasabah untuk keamanan transaksi menggunakan produk layanan jasa *mobile banking* (Adiwijaya, 2018) diantaranya:

- a. Nasabah wajib untuk mengamankan, dan merahasiakan PIN mereka dalam melakukan proses transaksi menggunakan *mobile banking*.
- b. Nasabah bebas membuat nomor PIN sendiri agar dapat dengan mudah mengingatnya. Apabila nasabah merasa orang lain mengetahui nomor PIN tersebut, maka segera lakukan penggantian PIN di kantor bank terdekat.
- c. Apabila SIM Card GSM (*Global System for Mobile Communications*) nasabah hilang, atau telah dicuri maka segera hubungi *call center* bank atau datang ke bank tersebut supaya aplikasi *mobile banking* tersebut dapat diblokir.

2.3 Minat Penggunaan

2.3.1 Pengertian minat Penggunaan

Menurut bahasa (Etimologi), minat merupakan suatu usaha dan kemauan untuk mempelajari (*learning*) dan mencari sesuatu. Secara (Terminologi), minat adalah keinginan, kesukaan dan kemauan terhadap sesuatu hal. Minat berperilaku (*behavioral Intention*) merupakan suatu sikap seseorang dalam melakukan pilihan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Minat ini ditunjukkan oleh sejauh mana seseorang mempunyai sikap positif pada sesuatu dan sejauh mana individu memutuskan untuk melakukan hal itu dia memperoleh dorongan dari orang lain yang mendukungnya. Seseorang yang memiliki intensi atau minat berperilaku tinggi, maka seseorang itu akan melakukan perilaku tersebut. Namun sebaliknya jika seseorang tersebut memiliki intensi atau minat yang rendah maka orang itu tidak akan melakukan perilaku tersebut (Mochlasin, 2018).

Sedangkan menurut Marthauli et al. (2019) minat adalah suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang tersebut melihat ciri-ciri atau arti sementara keadaan yang dihubungkan dengan segala keinginan atau kebutuhannya sendiri.

Minat dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. minat ialah suatu aspek psikologi seseorang untuk menaruh perhatian yang tinggi pada suatu kegiatan yang mendorong seseorang untuk

melakukan kegiatan tertentu. Maka apabila seorang mengekspresikan minatnya dalam suatu kegiatan akan menjadi kuat, begitupun sebaliknya, apabila minat itu tidak dilakukan maka akan menjadi lemah. Untuk itu minat menjadi penyebab terjadinya kegiatan yang memperoleh suatu hasil.

Minat merupakan keinginan atau rasa tertarik dari diri seseorang kepada suatu objek, orang, masalah ataupun situasi yang menjadikan hal tersebut menarik perhatian dari diri seseorang. Faktor yang mempengaruhi munculnya minat seseorang tergantung pada kebutuhan fisik, sosial, emosi dan juga pengalaman. Minat diawali oleh perasaan senang dan juga bersikap positif. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa minat bukanlah sesuatu yang statis atau juga berhenti, akan tetapi dinamis dan juga mengalami pasang surut. Minat tersebut juga bukan bawaan lahir, tetapi sesuatu yang dapat dipelajari. Artinya sesuatu yang sebelumnya tidak diminati, itu dapat berubah menjadi sesuatu yang diminati karena adanya masukan-masukan tertentu atau juga wawasan baru serta juga pola pemikiran yang baru (Bancin & Jannah, 2022).

2.3.2 Dimensi minat Penggunaan

Minat menggunakan merupakan kecenderungan, keinginan, kegairahan yang tinggi atau rasa ketertarikan kepada suatu hal dan adanya kemauan yang timbul dari dalam individu tanpa ada yang memerintah terhadap sesuatu. Semakin kuat rasa ketertarikan maka semakin besarnya minat, dan sampai akhirnya timbul keinginan

untuk menggunakan produk tersebut (Wahyuningsih: 2019; Anwar, 2018).

Berdasarkan uraian diatas maka dimensi minat menggunakan yang digunakan oleh Anwar (2018) terdiri dari: 1) Keinginan menggunakan, 2) kesesuaian penggunaan dengan kebutuhan, 3) Dukungan dalam menggunakan, dan 4) keinginan merekomendasikan.

Selanjutnya dimensi yang digunakan oleh (Fahmi & Evanita, 2019) diantaranya adalah: 1) penggunaan, 2) tetap menggunakan, 3) merekomendasikan.

Sedangkan dimensi yang digunakan oleh (Saputri, 2018) adalah: 1) mencari informasi lebih lanjut tentang produk tersebut, 2) mereferensikan produk tersebut kepada orang lain, 3) yakin produk tersebut menjadi pilihan utama, dan 4) berminat untuk menggunakan produk tersebut.

Berdasarkan dimensi – dimensi diatas sehingga dapat disimpulkan bahwa dimensi minat adalah:

1. Keinginan menggunakan
2. Mencari informasi lebih lanjut tentang produk tersebut
3. Dukungan dalam menggunakan dan
4. Merekomendasikan

2.3.3 *Technology Acceptance Model (TAM), Theory of Reasoned Action (TRA), Theory of Planned Behavior (TPB)*

Technology Acceptance Model (TAM), Theory of Reasoned Action (TRA), dan Theory of Planned Behavior (TPB) adalah tiga teori yang sering digunakan untuk memahami perilaku individu dalam mengadopsi teknologi, termasuk *mobile banking*. Ketiga teori ini saling terkait dalam menjelaskan minat individu dalam menggunakan *mobile banking*.

a. *Technology Acceptance Model (TAM)*

TAM dikembangkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1989. TAM dikembangkan berdasarkan dua teori yaitu *Theory of Reasoned Action (TRA)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)*, TAM dikembangkan menjadi suatu model yang mempunyai fokus utama untuk mengadopsi teknologi baru. Model TAM menunjukkan bahwa ketika pengguna menggunakan teknologi baru, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan adalah dua faktor yang mempengaruhi keputusan tentang bagaimana dan kapan mereka akan menggunakan teknologi baru (Ningsih, 2023). TAM menekankan pada pentingnya persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan, yang dapat mempengaruhi niat pengguna. Terdapat enam Variabel penting pada model TAM yang dapat membantu menjelaskan diterimanya sebuah

sistem teknologi baru dalam masyarakat, diantaranya sebagai berikut (Anggraini et. al., 2023):

- 1) Variabel eksternal. Dalam model TAM variabel eksternal digunakan untuk mengembangkan model dengan menambahkan beberapa variabel yang dapat menjelaskan lebih lanjut penerimaan seseorang menggunakan teknologi tersebut
- 2) Persepsi manfaat (*Perceived usefulness*) yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Konstruk ini dipengaruhi oleh konstruk kemudahan penggunaan. Jika seseorang percaya bahwa suatu sistem informasi tersebut berguna maka dia akan memilih untuk menggunakannya.
- 3) Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*) yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Konstruk ini memengaruhi konstruk kegunaan, sikap, intensi dan penggunaan teknologi sesungguhnya. Jika seseorang percaya sistem informasi mudah digunakan maka dia akan memutuskan untuk menggunakannya, namun sebaliknya apabila seseorang merasa sistem informasi tersebut sulit digunakan maka ia memilih untuk tidak menggunakannya.

- 4) Sikap terhadap penggunaan teknologi (*Attitude toward using technology*) yaitu perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Dalam model TAM, sikap berpengaruh pada intensi serta dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan dan kegunaan.
- 5) Minat perilaku menggunakan adalah suatu keinginan seseorang melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya.
- 6) Penggunaan sistem aktual adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam penggunaan sistem teknologi informasi, perilaku adalah tindakan penerapan penggunaan yang dilakukan sesungguhnya.

Dalam teori TAM menyatakan bahwa suatu keyakinan, sikap, minat dan perilaku pengguna menjadi faktor penjelas dalam perilaku penerimaan pengguna teknologi informasi. *Theory of Acceptance Model* (TAM) memiliki tujuan untuk mengidentifikasi faktor yang dapat menentukan penerimaan teknologi informasi dan perilaku penggunaannya. *Theory of Acceptance Model* (TAM) menyatakan bahwa niat atau minat untuk menggunakan teknologi informasi tidak hanya didasari oleh sikap, akan tetapi oleh tekanan normative dan kemampuan diri dari pengguna itu sendiri dalam menggunakan teknologi tersebut.

b. *Theory of Reasoned Action* (TRA)

Theory of Reasoned Action (TRA) dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada tahun 1975. Teori ini menjelaskan bagaimana sikap dan norma subjektif mempengaruhi niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Teori ini menghubungkan antara keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), kehendak (*intention*) dan perilaku (*behavior*). TRA mengansumsikan bahwa manusia adalah makhluk yang memiliki kekuatan rasional dan secara sadar dapat memutuskan tindakan apa yang akan diambil dan mempertimbangkan semua informasi yang tersedia, perilaku tersebut disebabkan oleh minat atau keinginan individu untuk melakukannya. Minat melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu dipengaruhi oleh dua faktor dasar, yaitu yang berhubungan dengan sikap (*attitude towards behavior*) dan yang berhubungan dengan pengaruh sosial yaitu norma subjektif (Caroline & Hastuti, 2021).

c. *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah teori pengembangan dari TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang juga dikembangkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1985. TPB dikembangkan lagi dengan menambahkan konstruk yang belum ada di TRA, yaitu konstruk persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Teori ini menambahkan dimensi kontrol perilaku yang dirasakan, memberikan pemahaman yang lebih

komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku individu. Teori perilaku terencana atau TPB (*Theory Planned Behavior*) adalah sikap terhadap perilaku dimana seorang pengguna melakukan penelitian atas sesuatu yang menguntungkan dan tidak menguntungkan. Oleh karena itu, dengan adanya norma subjektif menggambarkan akan persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan untuk melakukan perilaku tertentu yang mengacu pada keyakinan yang dimiliki seseorang perilaku.

Dalam teori TPB terdapat Persepsi Pengendalian Diri (*Perceived Behavioral Control*) yang diartikan sebagai fungsi berdasarkan *control beliefs* yaitu kepercayaan tentang ada atau tidaknya faktor pendukung maupun penghambat dalam memunculkan perilaku penggunaan teknologi (Wardani & Sari, 2021) Terdapat 3 aspek pada TPB diantaranya yaitu (Caroline & Hastuti, 2021):

- 1) Sebuah penilaian yang memiliki jawaban setuju atau tidak setuju pada cerminan yang dimiliki individu
- 2) Perilaku yang dihasilkan pada sebuah tekanan sosial
- 3) Kemudahan dan kesulitan dalam mengontrol sebuah perilaku.

2.3.4 Indikator minat Penggunaan

Menurut (Artianingsih, 2022) terdapat beberapa indikator yang dapat mempengaruhi minat diantaranya yaitu :

- 1) Berminat atau adanya rasa ingin untuk menggunakan
- 2) selalu menggunakan
- 3) keinginan untuk mencoba suatu produk *fintech*
- 4) Rasa ingin tahu mengenai *fintech*
- 5) Berlanjut menggunakan dimasa mendatang

2.4 Literasi Keuangan Digital

2.4.1 Pengertian literasi keuangan digital

Literasi keuangan digital atau *digital Financial Literacy* merupakan kombinasi dari dua konsep, yaitu *financial literacy* (literasi keuangan) dan platform digital. *Financial literacy* atau literasi keuangan sendiri merupakan sikap dan perilaku serta tingkat pemahaman yang dimiliki seseorang sehubungan dengan produk dan layanan keuangan, dan juga terkait dengan seberapa baik seseorang dalam mengelola keuangan pribadinya (Tony & Desai, 2020). Sementara itu, *platform* digital merupakan segala sesuatu (perpaduan perangkat lunak dan keras) dengan menggunakan teknologi komputer dan internet. Sehingga *digital financial literacy* dapat diartikan sebagai pengetahuan dan pemahaman individu terkait dengan produk dan layanan keuangan pada teknologi digital (Rahayu, 2022).

Menurut Wahdiniwaty et al. (2022), menyatakan bahwa literasi digital adalah kemampuan dan pengetahuan seseorang dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung berbagai aktivitas, termasuk menjalankan bisnis.

Menurut Suherdi (2021) literasi digital adalah pengetahuan serta kecakapan pengguna dalam memanfaatkan media digital seperti alat komunikasi, jaringan internet dan lain sebagainya. Kecakapan pengguna dalam literasi digital mencakup kemampuan untuk menemukan, mengerjakan, mengevaluasi, menggunakan, membuat serta memanfaatkannya dengan bijak, cerdas, cermat serta tepat sesuai kegunaannya.

Menurut Prasad et al. (2018) Literasi Keuangan Digital (*Digital financial literacy*) adalah tingkat pemahaman seseorang yang dikaitkan dengan pembelian *online*, pembayaran *online* dengan berbagai model pembayaran dan juga sistem perbankan *online*.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan digital merupakan tingkat pengetahuan, pemahaman dan keterampilan seseorang dalam mengelola keuangan pribadinya dengan menggunakan layanan dan produk keuangan digital, seperti melakukan transaksi pembelian dan pembayaran secara daring (*online*).

2.4.2 Prinsip Dasar Literasi Keuangan Digital

Menurut Pradana (2018), literasi digital memiliki empat prinsip dasar, diantaranya yaitu:

1. Pemahaman

Yang dimaksud dengan pemahaman ialah masyarakat memiliki kemampuan untuk memahami informasi yang diberikan media, baik secara implisit (makna tersirat) ataupun eksplisit (makna tersurat).

2. Saling ketergantungan.

Saling ketergantungan artinya antara media yang satu dengan lainnya saling bergantung dan berhubungan. Media yang ada harus saling berdampingan serta melengkapi antara satu sama lain.

3. Faktor sosial

Prinsip dari faktor sosial artinya ialah media saling berbagi pesan atau informasi kepada masyarakat. Karena keberhasilan jangka panjang media ditentukan oleh pembagi serta penerima informasi.

4. Kurasi

Kurasi maksudnya ialah masyarakat memiliki kemampuan untuk mengakses, memahami serta menyimpan informasi untuk dibaca di lain hari. Kurasi juga termasuk kemampuan bekerja sama untuk mencari, mengumpulkan serta mengorganisasi informasi yang dinilai berguna.

2.4.3 Manfaat Literasi Keuangan digital

Menurut Sumiati & Wijonarko (2020), literasi digital telah membawa banyak manfaat bagi kehidupan masyarakat. Adapun manfaat tersebut di antaranya:

1. Dapat mencari mencari dan memahami informasi, serta menambah wawasan individu tentang sistem dan produk keuangan digital.
2. Meningkatkan kemampuan individu untuk lebih kritis dalam berpikir serta memahami informasi.
3. Menambah penguasaan ‘kosa kata’ individu, dari berbagai informasi yang dibaca.
4. Meningkatkan kemampuan verbal individu.
5. Literasi digital dapat meningkatkan daya fokus serta konsentrasi individu.
6. Menambah kemampuan individu dalam membaca, merangkai kalimat serta menulis informasi.

2.4.4 Faktor – faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan digital

Setiawan et al. (2020) menyebutkan tingkat literasi keuangan digital seseorang sangat dipengaruhi oleh karakteristik sosial individu tersebut. Karakteristik sosial ini sering juga dikenal sebagai kondisi sosial ekonomi yang terdiri dari umur, pendapatan dan pendidikan. Dalam penelitian Setiawan et al. (2020) menemukan

tingkat pendidikan dan pendapatan seseorang sangat mempengaruhi tingkat literasi keuangan digital individu tersebut. Hal ini selaras dengan Nanziri dan Olcker (2019) menurutnya tingkat pendapatan individu merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan individu.

Selanjutnya, penelitian Morgan et al. (2019) menemukan bahwa tingkat Pendidikan, tingkat pendapatan dan juga umur merupakan faktor penentu dalam literasi keuangan masyarakat di Kamboja dan Vietnam. Begitu pula oleh Xue et al. (2019) menurutnya, umur dan tingkat pendapatan mempengaruhi tingkat literasi keuangan masyarakat berusia lanjut di Australia.

2.4.5 Indikator literasi keuangan digital

Menurut Rochaniah & Sari (2021) terdapat beberapa indikator literasi keuangan digital diantaranya yaitu :

- 1) Pengetahuan dan pemahaman tentang produk dan layanan keuangan digital
- 2) Pengalaman dalam menggunakan produk dan layanan keuangan digital
- 3) Kesadaran akan risiko keuangan digital
- 4) Keterampilan dalam mengendalikan dan mengelola aktivitas digital

2.5 Persepsi Kemudahan

2.5.1 Pengertian persepsi kemudahan

Persepsi diawali dengan pengamatan yang melalui proses hubungan melihat, mendengar, menyentuh, merasakan dan menerima sesuatu hal yang kemudian diseleksi, diorganisasi dan diinterpretasikan informasi yang diterimannya menjadi suatu gambaran yang memiliki arti (Pranoto & Setianegara, 2020).

kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan individu tentang proses pengambilan keputusan. Jika nasabah merasa yakin bahwa sistem informasi yang dimiliki bank mudah digunakan maka nasabah akan menggunakan sistem tersebut. Sebaliknya jika nasabah tidak merasa yakin, dengan menganggap sistem informasi tidak mudah digunakan maka nasabah tersebut tidak akan menggunakan *Mobile Banking*. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat seseorang merasa yakin bahwa menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang besar (Aidar, 2018)

Setiap individu memiliki persepsi kemudahan yang berbeda-beda, Persepsi nasabah dikatakan mudah (*perceived ease of use*) jika dalam penggunaan komputer tingkat kepercayaan individu terhadap suatu sistem tertentu akan bebas dari kesalahan (Lifti, 2023).

Kemudahan menggunakan layanan *mobile banking* adalah persepsi nasabah bank terhadap kemampuan mereka dalam menggunakan *mobile banking* yang diukur melalui indikator

efisiensi waktu, kemampuan melakukan transaksi, kemudahan operasional *mobile banking*, penggunaan yang fleksibel. Sehingga dapat dikatakan semakin tinggi persepsi kemudahan dalam penggunaan layanan, maka semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan sebagai pengguna layanan. Kemudahan dalam hal penggunaan layanan *mobile banking* juga merupakan keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan *mobile banking* tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami dan digunakan. Kemudahan dalam penggunaan juga mengandung maksud bahwa teknologi informasi mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari atau sekaligus menggunakan karena pada dasarnya individu yakin bahwa *mobile banking* tersebut mudah untuk dipahami dan tidak menyulitkan pengguna dalam melakukan pekerjaannya.

Adapun dimensi persepsi kemudahan penggunaan menurut Sari (2019) diantaranya adalah: 1) sudah dipelajari, 2) mudah digunakan, 3) jelas dan mudah dimengerti, 4) menjadi terampil.

2.5.2 Persepsi kemudahan dalam pandangan Islam

Kemudahan penggunaan merupakan salah satu prinsip penting dalam Islam. Agama Islam selalu memberikan kemudahan dan keringanan bagi setiap muslim dalam menjalankan segala sesuatu. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Al-Baqarah ayat 185 yaitu:

Artinya:

“Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, agar kamu bersyukur”. (Q.S Al-Baqarah: 185)

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah SWT menghendaki kemudahan dan mensyukuri kenikmatan yang telah diberikan berupa hidayah dan kemudahan dalam menjalankan segala sesuatu pekerjaan. Dalam tafsir Ibnu Katsir juga dijelaskan bahwa Allah SWT menghendaki kemudahan bagi kamu dan tidak menghendaki kesukaran bagimu, artinya sesungguhnya Allah SWT memberikan kemudahan kepada semua muslim dalam menjalankan segala sesuatu.

Allah SWT juga berfirman dalam Surah Al-Insyirah ayat 5 dan 6 yaitu:

Artinya:

“Karena sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan” (Q.S. Al-Insyirah: 5-6).

Maksud dari ayat di atas menjelaskan bahwa sesungguhnya di dalam setiap kesempatan di situ terdapat kelapangan dan di dalam setiap kekurangan dalam mencapai sesuatu keinginan di situ pula terdapat

jalan keluar, jika seseorang dalam menuntut atau dalam mengerjakan sesuatu tersebut tetap berpegang pada kesabaran dan tawakkal kepada Tuhan-nya.

Dalam Kemudahan ayat-ayat diatas berhubungan dengan penggunaan *mobile banking* bahwa kemudahan dapat mengurangi usaha seseorang baik dalam segi waktu dalam menggunakan suatu sistem. Kemudahan dalam *mobile banking* akan membuat nasabah paham akan *mobile banking* dan akan menimbulkan minat nasabah menggunakan *mobile banking* tersebut.

2.5.3 Indikator Persepsi kemudahan

Indikator dari persepsi kemudahan dalam penggunaan (*Perceived Ease of Use*) sebagai berikut (Laras, 2020):

- 1) Mudah dipelajari (*easy to learn*)
- 2) Dapat dikontrol (*controllable*)
- 3) Jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*)
- 4) Fleksibel (*flexible*)
- 5) Mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become skillful*)
- 6) Mudah digunakan (*easy to use*)

Sedangkan menurut Harir (2020) menyatakan bahwa kemudahan dari penerimaan teknologi dapat diukur dari beberapa indikator yaitu:

- 1) Kemudahan dalam memahami.
Kemudahan dalam memahami merupakan kemampuan seseorang dalam memahami penggunaan serta pengoperasian teknologi.
- 2) Kemudahan dalam mempelajari.
Kemudahan dalam mempelajari adalah kemampuan seseorang dalam mempelajari teknologi serta dalam mengoperasikan teknologi tersebut.
- 3) Kemudahan dalam mengerjakan pekerjaan.
Kemudahan dalam mengerjakan pekerjaan merupakan kemampuan seseorang dalam menggunakan teknologi yang bertujuan untuk menyelesaikan pekerjaan.
- 4) Kemudahan dalam mengoperasikan serta mengakses teknologi informasi tersebut.
Kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi merupakan kemudahan dalam menjalankan teknologi dengan menggunakan teknologi informasi.

2.6 Risiko Penggunaan

2.6.1 Pengertian risiko Penggunaan

Risiko merupakan konsekuensi yang tidak diinginkan dan yang ingin dihindari oleh seorang pengguna saat membeli dan menggunakan suatu produk atau jasa. Bagi seorang pengguna mereka memerlukan pengetahuan berdasarkan pengalaman saat pengalaman mereka tinggi maka kepercayaan akan meningkat. Saat

risiko turun, maka tingkat kepercayaan juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya saat risiko meningkat maka tingkat kepercayaan penggunaan akan menurun pula. Pada dasarnya risiko sangat berpengaruh terhadap keputusan seseorang untuk menggunakan, mengubah, menunda, atau bahkan menghindari keputusan penggunaan. Risiko didefinisikan sebagai penilaian seseorang yang cenderung berpikir negatif tentang kemungkinan suatu transaksi atau situasi yang akan terjadi. Risiko dianggap sebagai sesuatu yang tidak diinginkan dan harus dihindari atau dicegah (Wijaya & Sri, 2023).

Bagi penyedia sekaligus pengelola layanan *mobile banking*, dalam hal tingkat risiko dan tingkat kepercayaan nasabahnya adalah hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Maraknya kasus penipuan dan sering terjadinya eror saat transaksi membuat nasabah bank resah, sehingga untuk mempercayakan transaksi perbankan mereka melalui *mobile banking* adalah hal yang tidak mudah. Mereka harus memiliki keyakinan penuh akan teknologi agar persepsi risiko mereka menurun. Sehingga para nasabah sebagai pengguna layanan akan tetap setia menggunakan layanan *mobile banking* (Prakosa & Sumantika, 2019).

Variabel risiko ini menjelaskan tentang mereka yang merasa khawatir dan dirugikan apabila pada saat melakukan transaksi menggunakan *financial technology* akan terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan dalam transaksi misalkan produk yang dibeli tidak

sesuai atau barang tidak dikirim serta penyalahgunaan informasi pribadi seseorang (Haqiqi et al., 2020).

Permasalahan yang terjadi dalam risiko adalah kurangnya sosialisasi pada para nasabah sehingga nasabah kurang memahami dan takut untuk mencoba bertransaksi menggunakan sistem. Selain itu, risiko dapat timbul jika nasabah mulai takut akan kebocoran informasi rekening dan gagalnya transaksi nasabah yang diperlukan dalam waktu singkat (BSI, 2022).

2.6.2 Indikator Risiko Penggunaan

Menurut Yogananda & Dirgantara (2017) Variabel risiko dapat diukur dengan beberapa indikator diantaranya yaitu:

1) Risiko ekonomi

Risiko ekonomi dapat diartikan ketidakpastian adanya kerugian dalam penggunaan suatu *financial technology* baru akan memberikan dampak biaya yang lebih besar dari pada manfaat yang diterima.

2) Risiko personal

Sebagai risiko yang akan mempengaruhi kemampuan seseorang dalam menggunakan *financial technology*. Misalnya risiko tidak bisa menggunakan *financial technology* sehingga ditakutkan akan terjadi sesuatu yang merugikan, seperti salah transfer ketika menggunakan *financial technology* pembayaran digital atau kesalahan dalam melakukan pembayaran.

3) Risiko performa perusahaan

Risiko performa perusahaan merupakan ketidakpastian adanya kerugian dalam penggunaan suatu *financial technology* dikarenakan performa perusahaan yang kurang maksimal.

4) Risiko privasi

Risiko privasi merupakan ketakutan individu akan terjadinya pelanggaran privasi karena ketidakmampuan untuk melindungi kehidupan dan urusan personal individu dari publik.

2.7 Hasil Penelitian Terkait

Penelitian terkait ini merupakan kajian penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang dapat diambil dari berbagai sumber ilmiah seperti: skripsi, tesis, disertasi atau jurnal penelitian. Penelitian terkait menjadi acuan yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian.

Berikut ini adalah beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang dijadikan sebagai referensi atau bahan acuan dalam penulisan ini:

Penelitian yang dilakukan oleh Mustikasari (2023) berjudul “Pengaruh Literasi Digital, Kemanfaatan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Membuka Rekening Melalui Aplikasi BSI *Mobile* Oleh Nasabah BSI Di Ponorogo”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif pendekatan asosiatif . Populasi pada penelitian

ini nasabah BSI di Ponorogo yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Nonprobability Sampling* dengan metode *sampling purposive*. Pengumpulan datanya menggunakan angket (kuesioner). Analisis data menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital tidak berpengaruh terhadap keputusan membuka rekening melalui aplikasi BSI *mobile* oleh nasabah BSI di Ponorogo. Sedangkan hasil kemanfaatan dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membuka rekening melalui aplikasi BSI *mobile* oleh nasabah BSI di Ponorogo.

Penelitian yang dilakukan oleh Lifti (2023) berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada BSI (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung)”. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan penyebaran kuesioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden. Hasil penelitian menunjukkan kemudahan dalam penggunaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia, dan kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Sulkarnain et al. (2022) yang berjudul “Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Sam Ratulangi” Metode penelitian ini yaitu kuantitatif. Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner (Primer) dengan mengambil; responden sebanyak 100 nasabah Bank Mandiri cabang Makassar. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda dengan menggunakan SPSS. Yang mana menggunakan Uji Validitas, Reliabilitas, Asumsi Klasik, Hipotesis, Dan Koefisien Determinasi. Hasil penelitian secara parsial masing-masing variabel bebas yakni Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Risiko berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Nasabah pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Sam Ratulangi. Secara simultan variabel bebas yakni Persepsi Kemudahan Manfaat dan Risiko berpengaruh berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Sam Ratulangi. Variabel Persepsi Manfaat merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah dalam penggunaan *Mobile Banking* Bank Mandiri Tbk Cabang Sam Ratulangi

Penelitian yang dilakukan oleh Darmah (2022) berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BRI Syariah KC Banda Aceh”. 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.

Penelitian yang dilakukan oleh Dafiq et all. (2022) berjudul “Pengaruh literasi keuangan, literasi digital, *digital marketing*, *brand image* dan *word of mouth* terhadap minat generasi z pada bank syariah”. Peneliti menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pelajar dan mahasiswa di desa Wonorejo Kecamatan Sumber gempol Kabupaten Tulungagung dengan jumlah sampel 94 Responden. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik analisis PLS dengan dibantu aplikasi Smart PLS versi 3.0. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan, digital marketing dan word of mouth memiliki pengaruh signifikan terhadap minat generasi z pada bank syariah. Sedangkan literasi digital dan brand image tidak berpengaruh signifikan terhadap minat generasi z pada bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Pradini & Susanti (2021) berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap *Mobile Banking* BCA, BNI, BRI” penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif.

Penentuan sampel penelitian dengan teknik *purpose sampel* yaitu sebanyak 72 responden dan dengan teknik analisis liner berganda. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan variabel literasi keuangan dan variabel literasi digital tidak berpengaruh signifikan pada penggunaan *mobile banking*, sedangkan variabel kemudahan berpengaruh signifikan pada penggunaan *mobile banking*. Sedangkan pengujian simultan menunjukkan hasil semua variabel secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Maharani (2020) berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BNI (Studi Kasus BNI KCP Jakarta Pusat)” Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Suputra (2019) berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik” hasil penelitian menyatakan bahwa hasil analisis persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada minat mahasiswa reguler sore angkatan 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana untuk menggunakan uang elektronik.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	Peneliti, Tahun dan Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Mustikasari (2023) Judul: “Pengaruh Literasi Digital, Kemanfaatan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Membuka Rekening Melalui Aplikasi BSI <i>Mobile</i> Oleh Nasabah BSI Di Ponorogo”.	Metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pengumpulan data menggunakan angket (kuesioner).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital tidak berpengaruh terhadap keputusan membuka rekening melalui aplikasi BSI <i>mobile</i> oleh nasabah BSI di Ponorogo. Sedangkan hasil kemanfaatan dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membuka rekening melalui aplikasi BSI <i>mobile</i> oleh nasabah BSI di Ponorogo.
2.	Lifti (2023) Judul: “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> Pada BSI (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung)”	Metode kuantitatif. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung. Sampel berjumlah 96 responden.	Hasil penelitian menunjukkan variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan <i>mobile banking</i> BSI, dan variabel kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia.
3.	Sulkarnain et al. (2022) Judul: “Pengaruh Kemudahan,	Metode kuantitatif. Data penelitian diperoleh dari	Hasil penelitian secara parsial masing-masing variabel bebas yakni Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan

	Manfaat Dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Sam Ratulangi”	kuesioner (Primer) dengan responden sebanyak 100 nasabah Bank Mandiri cabang Makassar. Analisis data yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda dengan menggunakan SPSS.	Risiko berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Nasabah pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Sam Ratulangi. Secara simultan variabel bebas yakni Persepsi Kemudahan Manfaat dan Risiko berpengaruh berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Sam Ratulangi. Variabel Persepsi Manfaat merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah dalam penggunaan <i>Mobile Banking</i> Bank Mandiri Tbk Cabang Sam Ratulangi
4.	Darmah (2022) Judul: “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> BRI Syariah KC Banda Aceh”.	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 <i>mobile banking</i> , sedangkan variabel persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan. Sedangkan hasil pengujian simultan semua variabel secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat nasabah.
5.	Dafiq et all. (2022) berjudul “Pengaruh literasi keuangan, literasi digital, <i>digital marketing</i> , <i>brand image</i> dan	Jenis penelitian kuantitatif. Data primer dari penyebaran kuesioner dengan sampel 94	Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan, digital marketing dan word of mouth memiliki pengaruh signifikan terhadap minat generasi z pada bank

	<i>word of mouth</i> terhadap minat generasi z pada bank syariah”	Responden. Teknik analisis PLS dengan dibantu aplikasi Smart PLS versi 3.0.	syariah. Sedangkan literasi digital dan brand image tidak berpengaruh signifikan terhadap minat generasi z pada bank syariah.
6.	Pradini & Susanti (2021) berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap <i>Mobile Banking</i> BCA, BNI, BRI”	Pendekatan kuantitatif deskriptif. Penentuan sampel penelitian dengan teknik <i>purpose sampel</i> yaitu sebanyak 72 responden dan dengan teknik analisis liner berganda.	Hasil pengujian secara parsial menunjukkan variabel literasi keuangan dan variabel literasi digital tidak berpengaruh signifikan pada penggunaan <i>mobile banking</i> , sedangkan variabel kemudahan berpengaruh signifikan pada penggunaan <i>mobile banking</i> . Sedangkan pengujian simultan menunjukkan hasil semua variabel secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat nasabah.
7.	Maharani (2020) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> BNI (Studi Kasus BNI KCU Jakarta Pusat)”	Pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan analisis liner berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> .
8.	Pratama dan Suputra (2019) “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada	Metode penelitian kuantitatif. Perhitungan analisa yang digunakan regresi linear berganda dengan	Hasil analisis ditemukan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada minat mahasiswa reguler sore angkatan 2015 Fakultas

	Minat Menggunakan Uang Elektronik”	bantuan computer program SPSS	Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana untuk menggunakan uang elektronik.
--	------------------------------------	-------------------------------	---------------------------------------------------------------------------

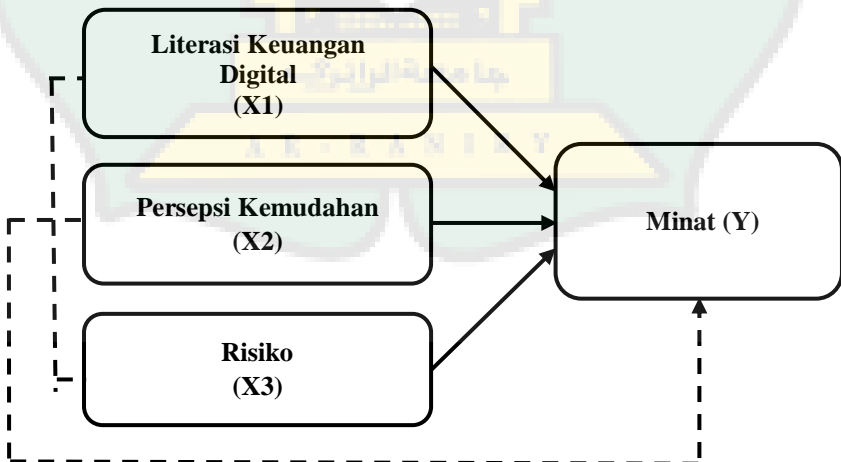
Sumber: Data diolah (2023)

2.8 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan satu alur penalaran yang digambarkan sesuai penelitian yang ada. kerangka pemikiran adalah model konseptual tentang bagaimana teori yang berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masaah penting (Sugiyono, 2019). Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat dalam penggunaan *mobile banking* dalam kehidupan masyarakat yaitu literasi keuangan digital, persepsi kemudahan dan risiko.

Gambar 2. 1

Kerangka Pemikiran



Keterangan:

—————▶ : Pengaruh secara Parsial

- - - - -▶ : Pengaruh Secara Simultan

Sumber: (Data diolah 2023)

2.9 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian. Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dimana jawaban tersebut diperoleh dari teori yang kemudian akan diteliti kebenarannya melalui penelitian selanjutnya dengan melakukan analisis dan pengumpulan data. Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2019).

Berdasarkan landasan teori yang sudah ada, penelitian terdahulu dan kerangka berfikir yang telah dijabarkan, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1) Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Minat Pengguna BSI Mobile

Literasi keuangan digital ini juga penting untuk dikaji karena seperti dijelaskan sebelumnya bahwa produk-produk keuangan digital dengan segala kemudahan dan risikonya tentunya juga akan memberikan pengaruh pada perilaku berbelanja dan perilaku menabung seseorang. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan, baik itu digital ataupun non digital, semakin baik perencanaan

keuangannya termasuk didalamnya keputusan untuk menggunakan *mobile banking*.

Hal ini dibuktikan penelitian yang dilakukan oleh Cobla & Osei-Assibey (2018), Agarwal et al. (2019), dan Moenjak et al. (2020) mengemukakan, produk keuangan digital memiliki pengaruh terhadap perilaku berbelanja dan juga perilaku menabung masyarakat.

Menurut Setiawan et al. (2020) mengemukakan secara teori tingkat literasi keuangan digital (*digital financial literacy*) seseorang akan mempengaruhi perilaku keuangan individu tersebut terutama dalam hal perilaku menabung dan berbelanja. Pernyataan ini tentunya masih perlu diuji kebenarannya melalui penelitian. Namun karena masih terbatasnya penelitian yang mengkaji tentang *digital financial literacy* ini, dan sementara itu di lain pihak penelitian yang mengkaitkan tentang literasi keuangan (non-digital) dengan perilaku keuangan sudah sangat banyak ditemukan, maka penelitian ini akan mencoba untuk bersandar pada penelitian-penelitian tersebut untuk menjelaskan keterkaitan antara tingkat literasi keuangan digital dengan perilaku keuangan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Izzuddin (2022) yang mana dalam penelitiannya menyatakan bahwa literasi digital/ *digital literacy* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan bank digital. Namun berbeda dengan penelitian Pradini & Susanti (2021) mengatakan bahwa literasi digital tidak mempengaruhi keputusan

penggunaan. Oleh sebab itu dalam penelitian ini diharapkan dengan meningkatnya literasi digital maka akan meningkatkan pula keputusan nasabah. Sehingga hipotesis dari penelitian ini adalah:

Ha1: Literasi keuangan digital memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan BSI *Mobile* di Tapaktuan Aceh Selatan.

2) Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan BSI *Mobile*

Kemudahan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya (Jogiyanto, 2019). Sedangkan menurut Davis et al. (2019) kemudahan penggunaan adalah tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut mudah untuk dipahami.

Menurut Penelitian Ledesman (2018) yang menyatakan bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh secara positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Pratama & Suputra (2019) dan Joni et al. (2022) yang menyatakan bahwa kemudahan dalam menggunakan teknologi keuangan akan menimbulkan minat dalam menggunakan. Sehingga dari kemudahan akan timbulnya proses masyarakat dalam memilih,

menimbang dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh tentang kemudahan dalam menggunakan yang kemudian akan direspon melalui tindakan.

Namun berbeda dengan penelitian dari Renaldi (2021) yang menyatakan bahwa Variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* BNI Syariah. Hal tersebut sama halnya dengan penelitian dari Adela (2020) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, maka dapat dibuat hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

Ha2 : Persepsi Kemudahan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan BSI *Mobile* di Tapaktuan Aceh Selatan.

3) Pengaruh Risiko Terhadap Minat Penggunaan BSI *Mobile*

Risiko merupakan persepsi pelanggan terhadap adanya ketidakpastian dan juga konsekuensi negatif membeli, menggunakan atau memakai barang dan jasa (Setiawan et al., 2020). 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.

Risiko yang mungkin akan muncul dalam penggunaan suatu produk ataupun layanan memiliki peranan yang kuat untuk mengurangi minat konsumen untuk mengambil bagian dari transaksi. Variabel ini menjelaskan tentang mereka yang merasa khawatir dan dirugikan apabila pada saat melakukan transaksi menggunakan *fintech* akan terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan dalam transaksi misalkan produk yang dibeli tidak sesuai atau barang tidak dikirim serta penyalahgunaan informasi pribadi seseorang (Haqiqi et al., 2020).

Hal ini didukung oleh hasil penelitian Ningsih, et al. (2021) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berdampak terhadap keputusan menggunakan uang elektronik QRIS. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khoiriyah, et al. (2020) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology*. Serta, penelitian yang dilakukan oleh Pambudi (2019) bahwa *fintech* hadir di Indonesia tanpa adanya persiapan yang matang oleh para pembuat kebijakan. Sehingga mengakibatkan munculnya berbagai macam risiko terhadap penggunaannya. Diantara risiko yang banyak mendapat perhatian adalah dari segi keamanan data nasabah.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, maka dapat dibuat hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

Ha3 :Risiko memiliki pengaruh secara signifikan terhadap terhadap minat penggunaan BSI *Mobile* di Tapaktuan Aceh Selatan.

4) Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Secara Simultan Terhadap Minat Penggunaan BSI *Mobile*.

Dalam penelitian Pradini & Susanti (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan, literasi digital dan kemudahan secara simultan mempengaruhi keputusan nasabah. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Mustikasari (2023) menyatakan bahwa literasi digital tidak berpengaruh terhadap keputusan membuka rekening melalui aplikasi BSI *mobile*, sedangkan hasil kemanfaatan dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membuka rekening melalui aplikasi BSI *mobile*. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Peneliti: Darmah (2022) yang menyatakan bahwa adanya Pengaruh secara simultan antara variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan kualitas layanan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Oleh sebab itu, dalam penelitian ini diharapkan dengan meningkatnya pengetahuan nasabah terhadap literasi keuangan digital, persepsi kemudahan, dan risiko maka akan meningkatkan pula minat nasabah dalam menggunakan BSI *mobile*. Sehingga hipotesis dari penelitian ini adalah:

Ha4 : Literasi keuangan digital, persepsi kemudahan, dan risiko memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan BSI *Mobile* di Tapaktuan Aceh Selatan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Dalam penulisan karya ilmiah ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang didapatkan dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran) (Fauzi, 2020). Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme* yang disajikan dalam bentuk angka yang dapat diukur, untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Berdasarkan jenisnya penelitian ini menggunakan metode asosiatif yaitu metode yang dalam meneliti suatu objek yang tujuannya untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini bermaksud untuk menyelesaikan masalah dengan memberikan analisis dan interpretasi data untuk menggambarkan bagaimana pengaruh variabel X_1 (faktor literasi keuangan digital), X_2 (faktor persepsi kemudahan), X_3 (faktor risiko) terhadap variabel dependen Y (minat menggunakan).

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Tapaktuan Aceh Selatan. Yang berlokasi di jalan Nyak Adam Kamil No. 42 Kecamatan Tapaktuan, Kabupaten Aceh Selatan, Provinsi Aceh.

3.2 Populasi dan sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang meliputi objek atau subjek yang mempunyai kualitas maupun karakteristik/sifat tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Jadi populasi bukan hanya orang tetapi juga termasuk benda-benda alam lainnya dan juga seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki dalam masyarakat tersebut. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia cabang Tapaktuan Kabupaten Aceh Selatan dengan jumlah nasabah sebanyak 9.339 nasabah (BSI Cabang Tapaktuan, 2023).

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan teknik *non probability sampling*. *Non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi anggota sampel. Untuk menentukan mana yang akan dijadikan sumber data, maka pengambilan sampelnya ditetapkan menggunakan cara *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan ciri-ciri atau kriteria tertentu yang dinilai memiliki hubungan yang erat dengan berbagai pertimbangan yang relevan dengan tujuan penelitian (Riyanto & Hatmawan, 2020). Metode ini lebih efisien dalam waktu dan sumber daya, karena peneliti dapat langsung mengidentifikasi subjek yang diinginkan tanpa pengelompokan yang rumit. Selain itu, *purposive sampling* memberikan kedalaman data dari individu yang memiliki pengalaman atau pengetahuan khusus, memastikan relevansi dengan tujuan penelitian, dan menghindari bias sampling yang tidak perlu. Dengan demikian, metode ini sangat cocok untuk penelitian yang memerlukan fokus pada kelompok tertentu yang memiliki karakteristik atau pengalaman yang relevan. Adapun yang menjadi kriteria yang dijadikan sampel pada penelitian ini yaitu:

1. Nasabah Bank Syariah Indonesia cabang Tapaktuan
2. Nasabah sedang/pernah menggunakan *mobile banking*

Penelitian ini menggunakan rumus Slovin, teori slovin merupakan salah satu metode statistik yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi yang besar dan

homogen. Teori Slovin diperkenalkan oleh seorang ahli statistik bernama Slovin, rumus ini mulai dikenal luas di kalangan akademisi dan praktisi statistik pada pertengahan abad ke-20. Meskipun informasi tentang Slovin sebagai tokoh dan penulis asli rumus ini tidak terdokumentasi dengan jelas, dan hingga saat ini masih menjadi perdebatan terkait informasi detail mengenai riwayat hidup dan karyanya. Meski demikian, rumus yang dinamai Slovin ini telah menjadi salah satu alat yang paling sering digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian. Slovin dianggap berkontribusi besar dalam mempermudah perhitungan sampel populasi melalui formulasi matematis sederhana yang efektif untuk menentukan jumlah sampel yang *representative*, karyanya mencerminkan dedikasinya dalam membuat statistik lebih terjangkau dan aplikatif untuk berbagai kalangan peneliti (Sugiyono, 2018).

Hingga kini, rumus Slovin tetap digunakan secara luas di berbagai bidang ilmu, termasuk pendidikan, sosial, dan ekonomi. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Rumus slovin untuk menentukan sample adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditoleransi 10%

Dalam rumus Slovin terdapat ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 10-20 % dari populasi penelitian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 9339 Nasabah, sehingga persentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{9339}{1 + 9339 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{9339}{94,39}$$

$$n = 98,94$$

Berdasarkan hasil perhitungan dari rumus tersebut maka nilai n atau jumlah sampel yang didapatkan adalah 98,94 dibulatkan menjadi 100. Hal ini dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan analisis statistik dan interpretasi data, mempermudah perhitungan presentase, serta untuk mengurangi risiko kesalahan dalam pengimputan data dan potensinya biasnya informasi. Dengan demikian, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 responden.

3.3 Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari lapangan penelitian melalui wawancara, *focus group discussion* (FGD), kuesioner, dan observasi. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber-sumber yang memberikan informasi langsung (Sugiyono, 2019). Dimana yang secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam penelitian. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil dari jawaban pernyataan kuesioner atau angket yang diberikan kepada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia cabang Tapaktuan Aceh Selatan.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

3.3.2.1 Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *google form*. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab (Sugiyono, 2019). Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *google form* yang disebarakan melalui *smartphone* kepada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia cabang Tapaktuan.

Pengumpulan data ini dilakukan dengan cara membuat pertanyaan-pertanyaan yang tersusun dan sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti mengenai minat penggunaan *mobile banking*. Penelitian ini menggunakan kuisisioner dengan metode tertutup. Yang dimaksud kuisisioner dengan metode tertutup ialah responden diberikan pertanyaan-pertanyaan yang telah dibatasi oleh peneliti dan hanya dapat memilih jawaban yang tertera pada kuisisioner, responden tidak diberikan alternatif jawaban lain. Kuisisioner ini terdiri dari beberapa pernyataan. Tiap pengukuran berisi sekumpulan indikator berupa pernyataan. Alasan peneliti menggunakan angket tertutup ini ialah selain mudah dalam mengolah data karena telah diberikan angka dan skor, juga agar responden tidak perlu memberikan jawaban berupa kalimat serta tidak memakan waktu yang lama.

3.3.3 Skala Pengukuran

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* adalah pertanyaan yang menunjukkan tingkat kesetujuan dan ketidaksetujuan responden (Sujarweni, 2021). Skala *likert* merupakan skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial dengan rentang nilai 1- 4 yang berkategori dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju (Ningrum, 2018). Pertanyaan atau pernyataan yang diajukan dapat berbentuk *checklist* ataupun pilihan ganda.

Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert

Jawaban	Keterangan	Bobot
SS	Sangat Setuju	4
S	Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Ningrum (2018)

3.4 Definisi dan operasionalisasi Variabel

3.4.1 Definisi Variabel

Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau suatu objek dengan objek yang lain (Sugiyono 2019). Variabel penelitian ini adalah suatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh

informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel- variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel Bebas (independen) adalah variabel yang menjadi sebab terjadi perubahan dalam variabel lain atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen (Ismayani, 2020). Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah Literasi Keuangan Digital (X_1), Persepsi Kemudahan (X_2) dan Risiko (X_3)

2. Variabel Terikat (Dependen)

Menurut Ismayani (2020) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Oleh karena itu, variabel dependen terikat atau bergantung pada variabel independen. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Minat Nasabah dalam menggunakan *BSI mobile* (Y)

3.4.2 Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan definisi yang diberikan kepada suatu variabel yang menyatakan makna, menentukan aktivitas dan membenarkan operasionalnya yang diperlukan untuk mengukur variabel (Yunita, 2023). Operasionalisasi variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu,

operasional variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat.

Variabel yang dirumuskan dalam penelitian ini terdiri dari empat variabel, yaitu;

Tabel 3. 2 Operasional variabel

No.	Variabel	Deskripsi	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Literasi keuangan digital (X ₁)	Literasi Keuangan Digital (<i>Digital financial literacy</i>) adalah tingkat pemahaman seseorang yang dikaitkan dengan pembelian <i>online</i> , pembayaran <i>online</i> dengan berbagai model pembayaran dan juga sistem perbankan <i>online</i> . (Prasad et al., 2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pengetahuan dan pemahaman tentang produk dan layanan keuangan digital 2) Pengalaman dalam menggunakan produk dan layanan keuangan digital 3) Kesadaran akan risiko keuangan digital 4) Keterampilan dalam mengendalikan dan mengelola aktivitas digital. (Rochaniah & Sari, 2021) 	Interval
2.	Persepsi kemudahan (X ₂)	Kemudahan sebagai keyakinan individu bahwa	<ol style="list-style-type: none"> 1) Mudah dipelajari (<i>easy to learn</i>) 2) Dapat dikontrol (<i>controllable</i>) 	Interval

		menggunakan sistem teknologi informasi tidak membutuhkan usaha yang besar atau merepotkan dalam penggunaannya) atau usaha mengurangi baik waktu maupun tenaga seseorang dalam mempelajari teknologi (Nurdin et al., 2020).	<ol style="list-style-type: none"> 3) Jelas & dapat dipahami (<i>clear & understandable</i>) 4) Fleksibel (<i>flexible</i>) 5) Mudah untuk menjadi terampil/mahir (<i>easy to become skillful</i>) 6) Mudah digunakan (<i>easy to use</i>). (Laras, 2020) 	
3.	Risiko (X3)	Risiko merupakan persepsi pelanggan terhadap adanya ketidakpastian dan juga konsekuensi negatif membeli, menggunakan atau memakai barang dan jasa (Setiawan et al., 2020).	<ol style="list-style-type: none"> 1) Risiko ekonomi 2) Risiko personal 3) Risiko performa perusahaan 4) Risiko privasi. (Yogananda & Dirgantara, 2017) 	Interval
4.	Minat (Y)	Minat berperilaku (<i>behavioral Intention</i>) merupakan suatu sikap seseorang dalam melakukan pilihan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu (Mochlasin, 2018).	<ol style="list-style-type: none"> 1) Berminat atau adanya rasa ingin untuk menggunakan 2) selalu menggunakan 3) keinginan untuk mencoba suatu produk <i>fintech</i> 4) Rasa ingin tahu mengenai <i>fintech</i> 	Interval

			5) Berlanjut menggunakan dimasa mendatang. (Artianingsih, 2022)	
--	--	--	-----------------------------------------------------------------	--

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat validitas, yaitu untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur data) tersebut valid (Sugiyono, 2019). Untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data dapat diketahui dari nilai perbandingan antara indeks koefisien korelasi *product moment* (r) dengan nilai hitung kritisnya. Uji validitas ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. dan dengan nilai $(\alpha) = 0,05$.

- Jika r hitung $>$ dari r tabel dan bernilai positif, maka dinyatakan valid.
- Jika r hitung $<$ dari r tabel maka pernyataan dapat dikatakan tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah data yang diperoleh dari instrumen penelitian menunjukkan konsistensi internal yang memadai. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* (Ghozali, 2018). Suatu instrumen penelitian dikatakan dapat diandalkan (reliable) apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Maka dari itu, kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- Apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, maka item pertanyaan dalam kuesioner dapat diandalkan (reliabel).
- Apabila nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$, maka item pertanyaan dalam kuesioner tidak dapat diandalkan (tidak reliabel).

3.6 Metode dan Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Asumsi Klasik

3.6.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam penelitian ini variabel dependen dan variabel independen keduanya terdistribusi normal atau tidak. Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018).

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Pengambilan kesimpulan untuk membuktikan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidaknya adalah dengan nilai signifikannya, adapun kriteria pengambilan keputusan suatu data terdistribusi secara normal atau tidak adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai Signifikan atau nilai probabilitas $< 0,05$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data tidak terdistribusi secara normal.
- 2) Nilai Signifikan atau nilai probabilitas $> 0,05$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data terdistribusi secara normal.

3.6.1.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah kondisi di mana variabel independen pada suatu persamaan regresi linear saling berhubungan satu sama lain, multikolinearitas dapat menyebabkan *standard error* (Fauzi et al., 2019). Pada uji multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* pada model regresi. Jika, nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1. maka model regresi tidak memiliki multikolinearitas atau bebas dari multikolinearitas.

Uji multikolinearitas pada model regresi dapat ditentukan berdasarkan nilai *Tolerance* (toleransi) dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Variabilitas dari variabel bebas akan diukur dengan

nilai *Tolerance* yang didapat pada output pengujian. Nilai *Tolerance* rendah maka nilai VIF akan tinggi, hal tersebut dikarenakan $VIF = \frac{1}{Tolerance}$ sehingga menunjukkan kolinearitas yang tinggi.

Kriteria pengambilan keputusan menggunakan nilai *Tolerance* (Duli, 2019):

- 1) Apabila nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 ($Tolerance > 0,10$) maka variabel-variabel bebas yang akan diuji tidak memiliki gejala multikolinearitas.
- 2) Apabila nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 ($Tolerance < 0,10$) maka variabel-variabel bebas yang akan diuji memiliki gejala multikolinearitas.

Kriteria pengambilan keputusan menggunakan nilai VIF:

- 1) Apabila nilai VIF kurang dari 10 ($VIF < 10$) maka variabel-variabel bebas yang akan diuji tidak memiliki gejala multikolinearitas.
- 2) Apabila nilai VIF lebih dari 10 ($VIF > 10$) maka variabel-variabel bebas yang akan diuji memiliki gejala multikolinearitas.

3.6.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat ada tidaknya ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Apabila variasi residual dari pengamatan satu, dengan pengamatan lainnya tetap, maka uji tersebut tidak heteroskedastisitas, tetapi jika variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya berubah, maka termasuk heteroskedastisitas (Fauzi et al., 2019).

Pada uji heterokedastisitas ini memiliki standar dan kriteria sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai signifikan semua variabel independen $> 0,05$, maka tidak heteroskedastisitas.
- 2) Apabila nilai signifikan semua variabel independen $< 0,05$, maka heteroskedastisitas.

3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda yaitu sebuah metode analisis yang dipakai dalam mengetahui arah sekaligus untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Teknik ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh literasi keuangan digital, persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Adapun persamaan dari model regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Minat nasabah bank BSI cabang Tapaktuan dalam menggunakan BSI *mobile*

X₁ : Literasi Keuangan Digital

X₂ : Persepsi Kemudahan

X₃ : Risiko

b : Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

α : Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

e : Error

3.7 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang dilakukan dengan tujuan memutuskan apakah menerima atau menolak hipotesis nol. Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang dibuat mengandung ketidakpastian, yang artinya keputusan bisa benar atau salah, sehingga menimbulkan risiko. Besar kecilnya risiko

dinyatakan dalam bentuk probabilitas (Payadnya & Jayantika, 2018).

Untuk menguji hipotesis penelitian, harus terlebih dahulu diterjemahkan menjadi ketentuan statistik, yaitu:

1. Hipotesis Nol (H_0), menyatakan tidak adanya hubungan, atau tidak adanya pengaruh, atau tidak adanya perbedaan.
2. Hipotesis Alternatif (H_1 atau H_a), menyatakan adanya hubungan, atau adanya pengaruh, atau adanya perbedaan.

3.8.1 Uji Statistik Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (bebas) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (terikat). Uji t menentukan seberapa besar pengaruh variabel independen (x) secara parsial terhadap variabel dependen (y) (Ghozali, 2018). Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, dengan kriteria sebagai berikut:

- a. H_0 diterima dan H_a ditolak jika t hitung $<$ t tabel dengan nilai signifikansi $>$ 0,05
- b. H_0 ditolak dan H_a diterima jika t hitung $>$ t tabel dengan nilai signifikansi $<$ 0,05

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial literasi keuangan digital, persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat menggunakan *BSI mobile*. Taraf signifikan yang digunakan

adalah 5% atau 0,05. Adapun kriteria hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H₀₁ = Variabel literasi keuangan digital tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan BSI *mobile* pada nasabah BSI cabang Tapaktuan Aceh Selatan.

H_{a1} = Variabel literasi keuangan digital memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan BSI *mobile* pada nasabah BSI cabang Tapaktuan Aceh Selatan.

H₀₂ = Variabel persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan BSI *mobile* pada nasabah BSI cabang Tapaktuan Aceh Selatan.

H_{a2} = Variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan BSI *mobile* pada nasabah BSI cabang Tapaktuan Aceh Selatan.

H₀₃ = Variabel risiko tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan BSI *mobile* pada nasabah BSI cabang Tapaktuan Aceh Selatan.

H_{a3} = Variabel risiko memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan BSI *mobile* pada nasabah BSI cabang Tapaktuan Aceh Selatan.

3.8.2 Uji Statistik Simultan (Uji F)

Menurut Caroline (2019), menyatakan bahwa uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara

bersamaan terhadap variabel terikat atau variabel dependen. Membandingkan nilai Fhitung dengan nilai Ftabel.

Apabila nilai Fhitung > nilai Ftabel dan nilai sig < 0,05 maka H0 ditolak dan menerima Ha, yang artinya bahwa semua variabel independen serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

3.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi adalah besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin tinggi koefisien determinasi, maka semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikat. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur proporsi atau persentase penambahan variabel independen yang diteliti terhadap variasi naik turunnya variasi dependen atau dengan kata lain untuk menguji *goodness-fit* dari model regresi. Nilai koefisien determinasi (R²) berkisar antara 0 sampai 1, nilai R² dikatakan baik apabila di atas 0,5. Nilai R² sama dengan nol (R² = 0) menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Bila R² semakin besar mendekati 1 menunjukkan semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan bila R² semakin kecil mendekati nol menunjukkan semakin kecil pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Nasution & Barus, 2019).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil BSI Cabang Tapaktuan

Bank Syariah Indonesia adalah bank syariah yang didirikan pada 1 Februari 2021. Bank Syariah Indonesia merupakan bank syariah hasil dari penggabungan atau merger dari tiga bank syariah yaitu: PT Bank Mandiri Syariah, PT Bank Negara Indonesia Syariah dan PT Bank Rakyat Indonesia Syariah. Dengan adanya merger dari ketiga bank ini tentunya menyatukan berbagai kelebihan dari masing-masing bank syariah tersebut, sehingga menghadirkan satu basis dalam sistem kerja bank dengan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas dan juga kapasitas permodalan yang lebih baik (BSI, 2022).

Penggabungan dari tiga bank syariah BUMN ini menjadikan BSI sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia. Penggabungan ini merupakan usaha yang dilakukan pemerintah untuk mengoptimalkan kinerja bank syariah di Indonesia, yang diharapkan menjadi energi baru dalam pembangunan ekonomi nasional, memberikan kecenderungan yang positif dan kontribusi dalam kesejahteraan masyarakat serta membuat kemudahan layanan Bank Syariah Indonesia tersalurkan dengan baik di seluruh Indonesia. Potensi BSI untuk terus berkembang dan bersaing dengan bank

lainnya sangat terbuka, selain karena kinerjanya yang tumbuh positif, fakta bahwa Indonesia sebagai salah satu negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang besar.

Bank Syariah Indonesia telah tersebar luas di seluruh Indonesia, salah satunya di daerah Aceh. Aceh Sebagai daerah yang memperoleh keistimewaan untuk menerapkan syariat Islam dan berpenduduk mayoritas muslim, sudah selayaknya Bank Syariah Indonesia menjadi salah satu pelopor dan tumpuan dalam pengembangan keuangan syariah di Indonesia. Bank Syariah Indonesia KC Tapaktuan adalah salah satu kantor cabang BSI yang terletak di Tapaktuan, Tapaktuan Sendiri merupakan ibukota dan pusat pemerintahan kabupaten Aceh Selatan. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tapaktuan ini beralamatkan di jalan di jalan Nyak Adam Kamil No. 42 Kecamatan Tapaktuan, Kabupaten Aceh Selatan, Provinsi Aceh.

Untuk menarik minat masyarakat dan bersaing dengan bank syariah lainnya, Bank Syariah Indonesia harus bisa melakukan berbagai langkah dan strategi serta mitigasi risiko untuk bertahan dan tetap unggul. Salah satunya adalah dengan pengembangan teknologi dalam operasionalnya. Dengan pemanfaatan teknologi dalam produk dan layanan yang bersifat kompetitif sehingga BSI dapat memberikan pengalaman perbankan yang lebih baik serta dapat memenuhi segala kebutuhan konsumennya.

4.1.2 Visi Dan Misi Bank Syariah Indonesia

Adapun yang menjadi visi dan misi dari PT. Bank Syariah Indonesia Tbk adalah Sebagai Berikut:

1. Visi:

“Top 10 Global Islamic bank”

2. Misi:

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. Dengan melayani lebih dari 20 juta nasabah dan telah menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500 T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Dengan menjadi top 5 bank yang paling *profitable* di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dilakukan kepada 100 orang nasabah Bank Syariah Indonesia cabang Tapaktuan yang menggunakan BSI *mobile*. Karakteristik responden

dibagi mengikuti jenis kelamin, usia, status responden, pendidikan terakhir dan pekerjaan.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data responden berdasarkan jenis kelamin yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1	Laki Laki	42	42%
2	Perempuan	58	58%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah (2024)

Dari tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa dari 100 responden yang mengisi kuesioner, mayoritas responden yang mengisi kuesioner yaitu responden perempuan sebanyak 58 orang dengan persentase 58%. Kemudian didominasi oleh responden laki-laki sebanyak 42 orang atau dengan persentase 42%.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia, maka karakteristik responden dalam penelitian ini diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Presentase
1	17 - 25 Tahun	53	53%
2	26 – 45 Tahun	36	36%
3	≥ 46 Tahun	11	11%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah (2024)

Dari tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa dari 100 responden yang mengisi kuesioner, jumlah responden dengan rentang usia 17 – 25 tahun adalah sebanyak 53 orang atau sebesar 53%, jumlah responden dengan rentang usia 26 – 45 tahun adalah sebanyak 36 orang atau sebesar 36%, dan responden dengan rentang umur ≥ 46 tahun adalah sebanyak 11 orang atau sebesar 11%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang paling banyak mengisi kuesioner dari penelitian ini adalah responden dengan rentang umur 17 – 25 tahun dengan presentase sebesar 53%, yang merupakan usia remaja produktif dan memiliki tingkat aktivitas dan produktivitas yang tinggi dan tentunya memiliki kemampuan yang tinggi dalam mengakses teknologi digital seperti *mobile banking*.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Responden

Karakteristik responden berdasarkan status yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Status

No	Status Responden	Jumlah	Persentase
1	Menikah	36	36%
2	Belum Menikah	64	64%
Total		100	100%

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa responden dengan status menikah sebanyak 36 orang dengan presentase sebesar 36%, sedangkan responden dengan status belum menikah ada sebanyak 64 orang dengan presentase sebesar 64%. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas rata-rata responden nasabah Bank Syariah Indonesia cabang Tapaktuan yang menggunakan BSI *mobile* memiliki status belum menikah.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Adapun data nasabah Bank Syariah Indonesia cabang Tapaktuan berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase
1	SMA/SMK/Sederajat	22	22%
2	Akademi/Diploma/Strata-1 (S1)	70	70%
3	Strata-2 (S2)/ Strata-3 (S3)	5	5%
4	Lainnya	3	3%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa pendidikan terakhir responden tamatan SMA/SMK/Sederajat adalah sebanyak 22 orang dengan persentase sebesar 22%, tamatan Akademi/Diploma/Strata-1 (S1) berjumlah 70 orang dengan presentase sebesar 70%, selanjutnya responden tamatan Strata-2 (S2)/ Strata-3 (S3) berjumlah 5 orang dengan Presentase sebesar 5%, dan terdapat sebanyak 3 responden atau 3% responden dengan pendidikan terakhir lainnya seperti lulusan SMP/ sederajat dan SD/ sederajat. Dapat disimpulkan mayoritas nasabah yang menggunakan BSI *mobile* pada Bank syariah Indonesia cabang Tapaktuan adalah berpendidikan terakhir Akademi/Diploma/Strata-1 dengan persentase sebesar 70% dari keseluruhan 100% responden.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaannya, karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4. 5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa/i	31	31%
2	Wiraswasta	11	11%
3	PNS/ASN	15	15%
4	Lainnya	43	43%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa 100 responden yang melakukan pengisian kuesioner diantaranya adalah

responden dengan pekerjaan pelajar/Mahasiswa/i berjumlah 31 orang dengan presentase 31%, responden dengan pekerjaan wiraswasta berjumlah 11 orang dengan presentase 11%, responden dengan pekerjaan PNS/ASN berjumlah sebanyak 15 orang dengan presentase 15% dan sisanya yang mendominasi sebanyak 43 orang dengan presentase sebesar 43% dengan jenis pekerjaan lainnya, Pekerjaan lainnya disini mencakup profesi seperti petani, nelayan, , buruh, asisten rumah tangga pengangguran dan lain sebagainya.

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Pada penelitian ini terdapat tiga variabel bebas (independen) dan satu Variabel Terikat (dependen). Yang dijadikan variabel bebas diantaranya adalah: Literasi keuangan digital (X_1), Persepsi kemudahan (X_2) dan Risiko (X_3). Sedangkan untuk variabel terikat yaitu minat nasabah (Y). Penilaian responden terhadap variabel dalam penelitian ini diukur dengan skor terendah yaitu 1 dan skor tertinggi yaitu 4. Data responden dalam penelitian ini didapat melalui penyebaran kuesioner melalui *google form*. Berikut adalah hasil deskripsi variabel dan karakteristik dari jawaban responden:

4.3.1 Tanggapan responden terhadap Variabel Literasi Keuangan Digital (X_1)

Adapun tanggapan yang diberikan oleh responden terhadap pernyataan - pernyataan terkait variabel literasi keuangan digital dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 6**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Literasi Keuangan Digital (X₁)**

No	Pernyataan	Frekuensi penilaian responden				Rata-Rata
		(STS) 1	(TS) 2	(S) 3	(SS) 4	
1	Saya mengetahui dan memahami tentang produk dan layanan keuangan digital seperti BSI <i>mobile</i>	1	1	54	44	3,41
2	Saya pernah/ sering melakukan transaksi menggunakan aplikasi BSI <i>mobile</i>	0	3	53	44	3,41
3	Saya menyadari risiko yang mungkin timbul saat tidak berhati-hati melakukan transaksi menggunakan layanan keuangan digital (BSI <i>mobile</i>)	0	0	39	61	3,61
4	Dengan layanan keuangan digital seperti BSI <i>mobile</i> mempermudah saya dalam mengelola keuangan digital	0	4	59	37	3,33
Total Rata Rata						3,44

Sumber Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.6, dapat dilihat akumulasi perhitungan dari data kuesioner diatas menunjukkan bahwa total rata-rata jawaban responden adalah 3,44 jika dibulatkan menjadi 3 yang berarti bahwa rata – rata jawaban responden dalam menjawab pernyataan terkait variabel literasi keuangan digital ini adalah Setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden menyatakan

persetujuannya terhadap adanya pengaruh variabel literasi keuangan digital terhadap minat dalam menggunakan BSI *mobile*.

4.3.2 Tanggapan responden terhadap Variabel Persepsi Kemudahan (X₂)

Hasil dari tanggapan responden dalam menjawab pernyataan-pernyataan terkait variabel persepsi kemudahan ialah sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan (X₂)

No	Pernyataan	Frekuensi penilaian responden				Rata-Rata
		(STS) 1	(TS) 2	(S) 3	(SS) 4	
1	Menurut saya tampilan dan sistem pada aplikasi BSI <i>mobile</i> sangat mudah untuk dipelajari	1	9	49	41	3,30
2	Menurut saya aplikasi BSI <i>mobile</i> mempermudah dalam mengontrol transaksi	0	2	62	36	3,34
3	Menurut saya transaksi menggunakan aplikasi BSI <i>mobile</i> sangat jelas dan mudah dipahami	0	7	60	33	3,26
4	Menurut saya aplikasi BSI <i>mobile</i> sangat fleksibel sehingga dapat digunakan kapanpun dan dimanapun	0	4	40	56	3,52
5	Dengan aplikasi BSI <i>mobile</i> yang mudah, sehingga dapat meningkatkan keterampilan dalam menggunakannya	0	1	75	24	3,23
6	Menurut saya aplikasi BSI <i>mobile</i> sangat mudah digunakan	0	2	63	35	3,33
Total Rata Rata						3,33

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.7, hasil dari akumulasi perhitungan data kuesioner diatas menunjukkan bahwa total rata-rata jawaban responden adalah sebesar 3,33 jika dibulatkan menjadi 3 yang berarti bahwa rata – rata jawaban responden dalam menjawab pernyataan terkait variabel persepsi kemudahan adalah Setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden menyatakan persetujuannya terhadap adanya pengaruh variabel persepsi kemudahan terhadap minat dalam menggunakan BSI *mobile*.

4.3.3 Tanggapan responden terhadap Variabel Risiko (X3)

Adapun tanggapan yang diberikan oleh responden terhadap pernyataan - pernyataan terkait variabel literasi keuangan digital dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 8

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Risiko (X3)

No	Pernyataan	Frekuensi penilaian responden				Rata-Rata
		(STS) 1	(TS) 2	(S) 3	(SS) 4	
1	Menurut saya menggunakan BSI <i>mobile</i> tidak memiliki risiko yang tinggi	4	27	64	5	2,70
2	Menurut saya risiko kesalahan melakukan pembayaran saat transaksi menggunakan BSI <i>mobile</i> sangat kecil	0	21	75	4	2,83
3	Menurut saya risiko eror pada sistem layanan BSI <i>mobile</i> sangat kecil	3	53	42	2	2,43

4	Pihak bank langsung menanggapi dan menindaklanjuti jika terjadi masalah dalam aplikasi BSI <i>mobile</i>	0	10	85	5	2,95
5	Menurut saya risiko kebocoran data pribadi saat menggunakan layanan BSI <i>mobile</i> sangat kecil	2	21	72	5	2,80
Total Rata Rata						2,74

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.8, dilihat secara keseluruhan menunjukkan bahwa variabel risiko pada penelitian ini menunjukkan jumlah rata – rata sebesar 2,74 yang jika dibulatkan menjadi 3. Hal ini dapat disimpulkan bahwa meski cenderung tidak setuju hal ini dikarenakan responden mulai meragukan keamanan terhadap risiko penggunaan *mobile banking*. Akan tetapi jika digabungkan secara keseluruhan jawaban dari responden adalah setuju dengan pernyataan terkait variabel risiko.

4.3.4 Tanggapan responden terhadap Variabel Minat Nasabah Menggunakan *mobile Banking* (Y)

Tabel 4. 9

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat (Y)

No	Pernyataan	Frekuensi penilaian responden				Rata-Rata
		(STS) 1	(TS) 2	(S) 3	(SS) 4	
1	Saya tertarik dan berminat untuk menggunakan produk layanan Bank Syariah Indonesia yaitu BSI <i>mobile</i> karena sesuai dengan kebutuhan saya	0	2	73	25	3,23

2	Saya berminat untuk selalu menggunakan BSI <i>mobile</i> disetiap transaksi <i>online</i> yang saya lakukan karena lebih mudah dan praktis	1	20	61	18	2,96
3	Saya memiliki keinginan untuk mencoba menggunakan BSI <i>mobile</i>	0	3	66	31	3,28
4	Saya berminat dan berkeinginan untuk mencari tahu tentang BSI <i>mobile</i>	0	0	71	29	3,29
5	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan BSI <i>mobile</i> dimasa yang akan datang	0	0	74	26	3,26
Total Rata Rata						3,20

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.8, akumulasi perhitungan data kuesioner diatas menunjukkan bahwa total rata – rata jawaban responden terhadap variabel minat menggunakan *mobile banking* sebesar 3,20 yang jika dibulatkan menjadi 3, maknanya responden setuju terhadap pernyataan kuesioner mengenai variabel minat dalam menggunakan BSI *mobile* ini.

4.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidak validnya pertanyaan atau pernyataan dalam suatu instrumen penelitian. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan 100 jawaban dari penyebaran kuesioner kepada responden. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dari hasil output dengan nilai *r* tabel, yang penyelesaiannya dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 29. Suatu pernyataan kuesioner

dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ dari r tabel, demikian pula sebaliknya apabila r hitung $<$ dari r tabel maka pernyataan dapat dikatakan tidak valid dengan nilai signifikansi $< 0,05$. diketahui jumlah sampel $(n)=100$, taraf signifikansi = $0,05$ atau 5% maka nilai r tabel dengan df (derajat kebebasan) = $n-2 = 100-2 = 98 = 0,197$ (dilihat pada r tabel). Maka hasil uji validitas penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 10

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Literasi Keuangan Digital (X1)	X1.1	0,822	0,197	Valid
	X1.2	0,817	0,197	Valid
	X1.3	0,696	0,197	Valid
	X1.4	0,753	0,197	Valid
Persepsi Kemudahan (X2)	X2.1	0,885	0,197	Valid
	X2.2	0,864	0,197	Valid
	X2.3	0,865	0,197	Valid
	X2.4	0,764	0,197	Valid
	X2.5	0,744	0,197	Valid
	X2.6	0,848	0,197	Valid
Risiko (X3)	X3.1	0,759	0,197	Valid
	X3.2	0,615	0,197	Valid
	X3.3	0,755	0,197	Valid
	X3.4	0,650	0,197	Valid
	X3.5	0, 817	0,197	Valid
Minat (Y)	Y1	0,722	0,197	Valid
	Y2	0,774	0,197	Valid
	Y3	0,820	0,197	Valid
	Y4	0,740	0,197	Valid
	Y5	0,743	0,197	Valid

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa nilai yang didapat dari semua item pernyataan pada ke empat variabel kuesioner dinyatakan valid. Hal ini dapat dilihat nilai r hitung semua pernyataan lebih besar dari nilai r tabel dengan nilai signifikan semua pernyataan $< 0,05$ sehingga hasilnya dinyatakan valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui suatu variabel dapat diandalkan atau dapat dipercaya untuk dilakukan pengujian selanjutnya. Suatu instrumen penelitian dikatakan dapat diandalkan (reliabel) apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Begitu juga dengan sebaliknya jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$, maka item pertanyaan dalam kuesioner tidak dapat diandalkan (tidak reliabel) (Ghozali, 2018). Adapun hasil uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 11

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Minimal <i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Literasi Keuangan Digital (X1)	0,60	0,776	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X2)	0,60	0,906	Reliabel
Risiko (X3)	0,60	0,766	Reliabel
Minat (Y)	0,60	0,810	Reliabel

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil dari pengujian reliabilitas terhadap semua variabel menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* semua variabel > 0,60, dimana nilai *Cronbach's Alpha* masing – masing variabel diantaranya literasi keuangan digital (X₁) sebesar 0,776, persepsi kemudahan (X₂) sebesar 0,906, risiko (X₃) sebesar 0,766 dan minat (Y) sebesar 0,810, sehingga dinyatakan reliabel.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah dalam regresi variabel pengganggu atau residual terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov* (Ghozali, 2018). Pengambilan kesimpulan untuk membuktikan apakah suatu data terdistribusi normal atau tidak adalah dengan nilai signifikannya. Apabila nilai signifikan atau nilai probabilitas > 0,05, maka data terdistribusi secara normal, namun apabila nilai signifikan atau nilai probabilitas < 0,05, maka dapat disimpulkan data tidak terdistribusi secara normal. Hasil dari uji normalitas dengan metode uji *one sample Kolmogorov Smirnov test* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 12

Tabel Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,35664697
Most Extreme Differences	Absolute	,088

	Positive	,088
	Negative	-,067
Test Statistic		,088
Asym. Sig. (2-tailed)		,056

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.11 diketahui bahwa nilai signifikan dari penelitian ini adalah sebesar 0,056, hasil ini mengidentifikasi bahwa nilai signifikansi tersebut lebih besar dari nilai 0,05 yaitu nilai yang ditetapkan sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa pada penelitian ini nilai residual berdistribusi normal atau data pada penelitian ini berdistribusi secara normal.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat terjadi atau tidaknya korelasi antara variabel - variabel bebas (independen) dalam model regresi. Uji multikolinearitas bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi tidak memiliki korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel independen yang digunakan dalam penelitian. Untuk menentukan uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *colinearity tolerance* pada regresi. Model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi multikolinearitas nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* pada model regresi terjadi gejala multikolinearitas (Fauzi et al., 2019).

Kriteria dalam pengujian dalam uji multikolinearitas dengan metode *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *colinearity tolerance*

adalah jika nilai *tolerance* > 0,100 dan VIF < 10,00 maka model regresi dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas, sebaliknya jika nilai *tolerance* < 0,100 dan VIF > 10,00 maka multikolinieritas (Duli, 2019). Berikut adalah tabel hasil dari uji multikolinieritas.

Tabel 4. 13
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Literasi Keuangan Syariah (X1)	0,446	2,240	Bebas Multikolinieritas
Persepsi kemudahan (X2)	0,359	2,789	Bebas Multikolinieritas
Risiko (X3)	0, 726	1,378	Bebas Multikolinieritas

Sumber : Data diolah (2024)

Dari tabel 4.12 diketahui bahwa nilai *tolerance* dari masing – masing variabel bebas yaitu literasi keuangan digital (X₁), persepsi kemudahan(X₂) dan risiko (X₃) lebih besar dari 0,100. Dan nilai dari VIF dari masing – masing variabel bebas juga lebih kecil dari nilai 10,00. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini dapat dipakai dalam penelitian karena tidak terjadi multikolinieritas.

4.5.3 Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Model regresi

yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Apabila variasi residual dari pengamatan satu, dengan pengamatan lainnya tetap, maka uji tersebut tidak heteroskedastisitas, tetapi jika variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya berubah, maka termasuk heteroskedastisitas (Fauzi et al., 2019). Uji heteroskedastisitas ini memiliki standar dan kriteria yaitu apabila nilai signifikan semua variabel independen $> 0,05$, maka tidak heteroskedastisitas. Sebaliknya nilai signifikan semua variabel independen $< 0,05$, maka dinyatakan heteroskedastisitas. Berikut adalah tabel hasil dari uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser pada program SPSS versi 29:

Tabel 4. 14
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Hasil Pengujian	Nilai Signifikan	Keterangan
Literasi keuangan digital (X ₁)	0,246	0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Persepsi kemudahan (X ₂)	0,252	0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Risiko (X ₃)	0,235	0,05	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan masing – masing variabel literasi keuangan digital (X₁) sebesar 0,246, persepsi kemudahan (X₂) sebesar 0,252, dan risiko (X₃) sebesar 0,235. Nilai dari signifikan masing - masing variabel

ini > 0,05 dan hal ini menunjukkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda yaitu sebuah metode analisis yang dipakai dalam mengetahui arah sekaligus untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu variabel literasi keuangan digital, persepsi kemudahan dan risiko terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan *mobile banking*. Adapun persamaan dari model regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Adapun persamaan dari regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Minat nasabah bank BSI cabang Tapaktuan dalam menggunakan BSI *mobile*

X₁ : Literasi Keuangan Digital

X₂ : Persepsi Kemudahan

X₃ : Risiko

b : Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

α : Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

e : Error

Adapun hasil dari uji regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 29 adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 15
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constan	3,935	1,390		2,832	,006
Literasi keuangan digital (X1)	,221	,124	,192	1,785	,077
Persepsi kemudahan (X2)	,313	,084	,447	3,729	>,001
Risiko (X3)	,203	,085	,202	2,396	,019

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari uji regresi linear berganda pada tabel 4.14 diatas, maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 3,935 + 0,221 X_1 + 0,313 X_2 + 0,203 X_3 + e$$

Berdasarkan pada model persamaan regresi linear diatas, dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta dalam persamaan regresi ini adalah sebesar 3,935 yang artinya apabila variabel literasi keuangan digital, persepsi kemudahan dan risiko bernilai 0 maka minat bernilai sebesar 3,935.

2. Koefesien regresi X_1 yang diperoleh dari nilai (b_1) yaitu sebesar 0,221 bernilai positif, yang berarti variabel literasi keuangan digital memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan BSI *mobile*. Artinya apabila variabel literasi keuangan digital (X_1) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan dengan variabel bebas lain konstan atau tetap maka variabel minat akan mengalami peningkatan juga, dengan kata lain jika literasi keuangan digital mengalami kenaikan satu satuan maka variabel minat akan mengalami peningkatan sebesar 0,221.
3. Hasil koefesien regresi X_2 yang diperoleh dari nilai (b_2) yaitu sebesar 0,313 bernilai positif, yang berarti variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan BSI *mobile*. Artinya apabila variabel persepsi kemudahan (X_2) mengalami peningkatan sebesar satu satuan dengan variabel bebas lain konstan atau tetap maka variabel minat akan mengalami peningkatan juga, dengan kata lain jika persepsi kemudahan mengalami kenaikan 1 satuan maka variabel minat akan mengalami peningkatan sebesar 0,313.
4. Koefesien regresi X_3 yang diperoleh dari nilai (b_3) pada persamaan yaitu sebesar 0,203 bernilai positif, yang berarti variabel Risiko memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan BSI *mobile*. Artinya apabila variabel risiko (X_3) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan dengan variabel bebas lain konstan atau tetap maka variabel minat akan mengalami peningkatan juga, dengan kata lain jika variabel risiko

mengalami kenaikan satu satuan maka variabel minat akan mengalami peningkatan sebesar 0,203.

4.7 Hasil Uji Hipotesis

4.7.1 Hasil Uji Statistik Parsial (Uji t)

Uji statistik parsial atau uji t adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, nilai T tabel diperoleh dari $df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$ ($n =$ jumlah sampel, $k =$ jumlah variabel independen). Sehingga diperoleh nilai T tabel = 1,984. Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah:

- Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ (5%) atau nilai t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ (5%) atau t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Adapun hasil dari uji t dapat dilihat pada tabel dibawah ini berdasarkan hasil pengolahan menggunakan aplikasi SPSS versi 29.0 sebagai berikut:

Tabel 4. 16

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	T hitung	T tabel	Signifikansi
<i>(Constant)</i>	2,832	1,984	,006

Literasi keuangan digital (X ₁)	1,785		,077
Persepsi kemudahan (X ₂)	3,729		< ,001
Risiko (X ₃)	2,396		,019

Sumber: Data diolah (2023)

- a. Literasi keuangan digital (X₁) tidak berpengaruh karena $1,785 < 1,984$ terhadap minat dan tidak signifikan karena $0,077 > 0,05$
- b. Persepsi Kemudahan (X₂) berpengaruh karena $3,729 > 1,984$ terhadap minat dan signifikan karena $0,001 < 0,05$
- c. Risiko (X₃) berpengaruh karena $2,396 > 1,984$ terhadap minat dan signifikan karena $0,019 < 0,05$

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel literasi keuangan digital (X₁) terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile* adalah sebesar $0,077 > 0,05$ serta nilai t hitung $1,789 < t$ tabel $1,984$. Hal ini berarti H_{a1} ditolak dan H₀₁ diterima, yaitu variabel literasi keuangan digital (X₁) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y yaitu minat penggunaan BSI *mobile*.

Selanjutnya hasil uji secara parsial (uji t) pada variabel persepsi kemudahan (X₂) menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ dengan nilai t hitung $3,729 > t$ tabel $1,984$. Hal ini berarti H_{a2} diterima dan H₀₂ ditolak, yaitu variabel persepsi kemudahan (X₂) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y yaitu Minat Penggunaan BSI *mobile*.

Kemudian pada variabel Risiko (X_3) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,019 < 0,05$ dengan $T_{hitung} 2,396 > T_{tabel} 1,984$. Hal ini berarti H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak, yaitu variabel risiko (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y yaitu Minat Penggunaan BSI *mobile*.

4.7.2 Hasil Uji Statistik Simultan (Uji F)

Menurut Caroline (2019), menyatakan bahwa uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) mempunyai pengaruh secara bersamaan terhadap variabel terikat atau variabel dependen. Uji simultan atau uji f dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Apabila nilai F hitung $>$ nilai F tabel dan nilai sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a , yang artinya bahwa semua variabel independen serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen. Adapun rumus untuk mencari Ftabel yaitu:

$$F \text{ tabel } df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$$

$$F \text{ tabel } df_2 = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96 \text{ (Dengan } k = \text{ semua variabel, } n = \text{ jumlah sampel)}$$

maka F tabel = 2,70. Berdasarkan pengujian yang dilakukan didapatkan hasil uji F sebagai berikut:

Tabel 4. 17

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	<i>Sum Of Squares</i>	Df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
--------------	-----------------------	-----------	--------------------	----------	-------------

Regression	185,751	3	61,917	32,622	< 0,001 ^b
Residual	182,209	96	1,898		
Total	367,960	99			

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan pada hasil uji F pada tabel 4.16, diketahui nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai F hitung $32,622 > F$ tabel 2,70. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel literasi keuangan digital (X_1), Persepsi Kemudahan (X_2) dan risiko (X_3) secara simultan terhadap minat penggunaan BSI *mobile* (Y).

4.7.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi adalah uji yang dilakukan untuk mengukur besarnya proporsi atau presentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin tinggi koefisien determinasi, maka semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0 sampai 1, nilai R^2 dikatakan baik apabila di atas 0,5. Nilai R^2 sama dengan nol ($R^2 = 0$) menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Bila R^2 semakin besar mendekati 1 menunjukkan semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan bila R^2 semakin kecil mendekati nol menunjukkan semakin kecil pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Nasution dan Barus, 2019).

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 29, hasil uji koefisien determinansi (R^2) atau *r square* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 18
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Standard error of the Estimate
1	0,711 ^a	0,505	0,489	1,37768

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, dihasilkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0,505 atau 50,5%, yang mengandung pengertian bahwa kemampuan variabel literasi keuangan digital (X_1), persepsi kemudahan (X_2) dan risiko (X_3) dalam menjelaskan variabel terikat yaitu minat menggunakan *BSI mobile* adalah sebesar 50,5%. Sedangkan sisanya 49,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini seperti: sistem teknologi (Adiwijaya, 2018), persepsi kegunaan (Anwar,2018) manfaat (Sulkarnain et al.,2022), kepercayaan (Ningrum et al., 2021) dan lain sebagainya.

4.8 Hasil Pembahasan

4.8.1 Pengaruh Literasi Keuangan Digital (X_1) Terhadap Minat Penggunaan *BSI mobile*

Pada pengujian hipotesis, jika nilai signifikansi $< 0,05$ (5%) atau t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$ (5%) atau t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil

penelitian, pada uji secara parsial (uji t) diperoleh nilai signifikansi variabel literasi keuangan digital (X_1) terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile* adalah sebesar $0,077 > 0,05$ serta nilai t hitung $1,789 < t$ tabel $1,984$. Hasil ini mengindikasikan bahwa H_{a1} ditolak dan H_{01} diterima, yaitu variabel literasi keuangan digital (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y yaitu minat penggunaan BSI *mobile* pada Bank Syariah Indonesia cabang Tapaktuan Aceh Selatan.

Literasi keuangan digital merupakan gabungan dari dua konsep, yaitu literasi keuangan digital dan platform digital. Literasi keuangan merujuk pada sikap, perilaku, dan tingkat pemahaman individu terkait dengan produk dan layanan keuangan, termasuk kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi dengan baik (Toni & Desai, 2020). Sedangkan platform digital merupakan segala sesuatu (perpaduan perangkat lunak dan keras) dengan menggunakan teknologi komputer dan internet. Literasi keuangan digital dapat diartikan sebagai pengetahuan dan pemahaman individu terkait dengan produk dan layanan keuangan pada teknologi digital. Tingkat literasi keuangan digital seseorang sangat dipengaruhi oleh karakteristik sosial individu, yang sering juga dikenal sebagai kondisi sosial ekonomi, termasuk faktor sosial, pendapatan dan tingkat pendidikan (Setiawan et al., 2020).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan digital secara parsial tidak memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap minat menggunakan BSI *mobile*. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mustikasari (2023) yang menyatakan bahwa literasi digital tidak berpengaruh terhadap keputusan membuka rekening melalui aplikasi BSI *mobile*. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Pradini & Susanti (2021) yang menyatakan bahwa variabel literasi keuangan dan variabel literasi digital tidak berpengaruh signifikan pada penggunaan *mobile banking*.

Berdasarkan teori TAM (*Technology Acceptance Model*) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) adalah dua faktor utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi. Meskipun responden memiliki pengetahuan tentang literasi keuangan digital, hal ini tidak selalu berkontribusi pada peningkatan minat mereka terhadap penggunaan layanan BSI *mobile*. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun literasi keuangan digital dapat meningkatkan pemahaman, faktor lain seperti kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan dari aplikasi *mobile banking* mungkin lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan pengguna.

Teori TPB (*Theory of Planned Behavior*) menekankan bahwa niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Dalam konteks ini, meskipun responden memiliki pengetahuan tentang literasi keuangan digital, sikap mereka terhadap penggunaan BSI *mobile* dan norma sosial yang ada mungkin tidak mendukung penggunaan tersebut. Ini

menunjukkan bahwa literasi keuangan digital saja tidak cukup untuk mendorong minat, dan perlu ada dukungan dari faktor-faktor sosial dan sikap positif terhadap teknologi untuk meningkatkan minat pengguna. faktor-faktor lain seperti dukungan sosial dan persepsi terhadap manfaat layanan mungkin lebih berpengaruh terhadap minat.

Literasi keuangan digital berfungsi meningkatkan kepekaan seseorang pada bidang jasa keuangan, yang di antaranya melalui pengetahuan, keyakinan, keterampilan pada pengelolaan finansial secara digital melalui layanan seperti *mobile banking*. Meskipun literasi keuangan digital penting, pengaruhnya terhadap *mobile banking* tidak signifikan, hal ini disebabkan karena adanya faktor lain yang lebih dominan dalam menumbuhkan minat nasabah untuk menggunakan layanan tersebut. (Ristiana, 2022).

Teori TRA (*Theory of Reasoned Action*) menyatakan bahwa niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif. Dalam hal ini, meskipun literasi keuangan digital dapat meningkatkan pengetahuan, jika sikap responden terhadap penggunaan BSI mobile tidak positif, maka minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut tetap rendah. Meskipun responden memiliki pengetahuan tentang literasi keuangan digital, hal tersebut tidak selalu berkontribusi pada peningkatan minat mereka terhadap penggunaan layanan BSI *mobile*. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor dapat memengaruhi perilaku responden diantaranya:

- Rendahnya kepercayaan terhadap keamanan teknologi digital, terutama dalam hal perlindungan data pribadi dan risiko penipuan, yang membuat individu tetap ragu untuk menggunakan BSI *mobile*. Kekhawatiran terkait keamanan ini sering kali menjadi hambatan utama.
- Keterbatasan pengetahuan praktis, meskipun seseorang memahami literasi keuangan digital, mereka mungkin tidak merasa percaya diri atau nyaman menggunakan teknologi digital untuk transaksi keuangan karena kurangnya pengalaman atau pemahaman praktis dalam mengoperasikan aplikasi *mobile banking*.
- Preferensi terhadap metode transaksi tradisional juga masih kuat di kalangan individu yang memiliki literasi keuangan digital, karena mereka merasa lebih aman menggunakan ATM atau bertransaksi langsung di bank, hal ini dapat disebabkan oleh kebiasaan atau pengalaman negatif sebelumnya dengan teknologi digital.
- Faktor sosial dan ekonomi, seperti usia, tingkat pendidikan, dan lingkungan sosial, turut memengaruhi hubungan antara literasi keuangan digital dan minat penggunaan BSI *mobile*. Misalnya, individu yang lebih tua atau yang tinggal di lingkungan dengan tingkat adopsi teknologi yang rendah mungkin kurang tertarik menggunakan BSI *mobile*, meskipun memiliki literasi keuangan digital yang baik.

- Ketersediaan alternatif lain seperti Action pada Bank Aceh Syariah dan dompet digital. Responden dengan literasi keuangan digital yang baik lebih memilih layanan keuangan digital lainnya, karena layanan tersebut dianggap lebih mudah atau lebih sesuai dengan kebutuhan mereka.

Alasan – alasan tersebutlah yang menunjukkan bahwa meskipun literasi keuangan digital penting, akan tetapi banyak faktor lain yang mempengaruhi minat seseorang menggunakan BSI *mobile*.

4.8.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan (X_2) Terhadap Minat Penggunaan BSI *mobile*

Pada pengujian hipotesis, jika nilai signifikansi $< 0,05$ (5%) atau t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$ (5%) atau t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil uji hipotesis pada penelitian ini, hasil uji secara parsial (uji t) pada variabel persepsi kemudahan (X_2) menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ dengan nilai t hitung $3,729 > t$ tabel $1,984$. Hal ini menunjukkan bahwa H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak, yang berarti variabel persepsi kemudahan (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y , yaitu Minat Penggunaan BSI *mobile*.

Penelitian ini sejalan dengan teori TAM (*Theory of Acceptance Model*) dikarenakan adanya kepercayaan pengguna dalam menggunakan suatu teknologi atau sistem yang mudah digunakan dan mempengaruhi sikap penggunaan teknologi yang

mana semakin mudah penggunaan suatu teknologi maka akan semakin besar kemungkinan pengguna untuk menggunakannya secara aktif dan terus menerus. persepsi kemudahan penggunaan memiliki peran penting dalam menentukan sikap seseorang terhadap teknologi. Persepsi kemudahan penggunaan dapat mencakupi kemudahan penggunaan seperti proses yang sederhana saat pendaftaran hingga bertransaksi. BSI *mobile* mampu menunjukkan manfaat nyata dan kemudahan penggunaan yang signifikan akan lebih berhasil menarik dan mempertahankan penggunanya. Persepsi kemudahan memiliki peran penting dalam membentuk minat seseorang untuk menggunakan BSI *mobile*, dikarenakan pada saat pengguna BSI *mobile* merasa teknologi mudah digunakan, tidak rumit atau sulit serta menghemat waktu dan usaha, maka pengguna akan menggunakan layanan tersebut.

Dalam konteks teori TPB (*Theory of Planned Behavior*), persepsi kemudahan penggunaan juga berperan dalam membentuk niat untuk berperilaku. Keyakinan individu bahwa sistem informasi bank mudah digunakan akan mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan sistem tersebut. Jika nasabah merasa yakin bahwa BSI *mobile* mudah digunakan, mereka akan lebih cenderung untuk menggunakannya. Sebaliknya, jika mereka merasa sistem tersebut rumit, niat untuk menggunakan layanan tersebut akan menurun. Ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak hanya mempengaruhi sikap, tetapi juga niat untuk menggunakan teknologi.

Sedangkan dalam teori TRA (*Theory of Reasoned Action*) menekankan bahwa niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif. Dalam penelitian ini, persepsi kemudahan penggunaan berkontribusi pada sikap positif terhadap penggunaan BSI *mobile*. Ketika responden menyatakan persetujuannya terhadap kemudahan penggunaan, hal ini mencerminkan sikap positif yang dapat meningkatkan niat mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Dengan demikian, persepsi kemudahan menjadi faktor penting dalam membentuk sikap dan niat pengguna terhadap teknologi mobile banking.

Hasil pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maharani (2020) dan Darmah (2022) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan individu dalam proses pengambilan keputusan. Jika nasabah merasa yakin bahwa sistem informasi yang dimiliki bank mudah digunakan maka nasabah akan menggunakan sistem tersebut. Sebaliknya jika nasabah tidak merasa yakin, dengan menganggap sistem informasi tidak mudah digunakan maka nasabah tidak akan menggunakan sistem informasi tersebut. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang besar (Aidar, 2018).

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada nasabah BSI cabang Tapaktuan, diperoleh hasil dari akumulasi perhitungan data kuesioner bahwa total rata-rata jawaban responden adalah sebesar 3,33 dibulatkan menjadi 3 yang berarti bahwa rata – rata jawaban responden dalam menjawab pernyataan terkait variabel persepsi kemudahan adalah Setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden menyatakan persetujuannya terhadap adanya pengaruh variabel persepsi kemudahan pada minat menggunakan BSI *mobile*.

Persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan BSI *mobile* dapat disebabkan oleh hal-hal sebagai berikut:

- Ketika responden memiliki persepsi kemudahan yang baik terhadap BSI *mobile*, maka mereka merasa BSI *mobile* mudah digunakan dan akan berdampak pada pengalaman yang positif, navigasi yang mudah dipahami, dan akses yang cepat ke layanan yang diinginkan meningkatkan kenyamanan pengguna, sehingga mereka akan cenderung berminat untuk terus menggunakan layanan BSI *mobile* tersebut dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.
- Responden yang memiliki persepsi kemudahan yang baik terhadap layanan BSI *mobile* dapat meningkatkan kepercayaan pada layanan tersebut membuat mereka lebih percaya diri dalam melakukan transaksi digital karena mereka merasa mudah dan nyaman dengan cara kerja sistemnya.

- Ketika responden merasa bahwa mereka dapat dengan mudah mempelajari dan mengoperasikan aplikasi *BSI mobile*, memungkinkan bagi pengguna baru untuk lebih cepat beradaptasi sehingga mereka lebih mungkin untuk terus menggunakannya.
- Salah satu daya tarik utama dari *BSI mobile* adalah kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkannya, seperti kemampuan untuk melakukan transaksi kapan saja dan dari mana saja tanpa harus pergi ke bank. Jika pengguna merasa bahwa aplikasi *BSI mobile* mudah digunakan, mereka akan melihatnya sebagai cara yang lebih efisien dan nyaman untuk mengelola keuangannya dibandingkan dengan metode tradisional. Hal ini juga dapat meningkatkan minat untuk menggunakan *BSI mobile*.

Dari alasan – alasan tersebutlah persepsi kemudahan memiliki peran yang besar dalam mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *BSI mobile* di BSI cabang Tapaktuan Aceh Selatan karena dapat mempengaruhi pengalaman pengguna, mengurangi hambatan, dapat meningkatkan kepercayaan serta kenyamanan dalam penggunaan *BSI mobile*.

4.8.3 Pengaruh Risiko (X₃) Terhadap Minat Penggunaan BSI *mobile*

Pada pengujian hipotesis, jika nilai signifikansi $< 0,05$ (5%) atau t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$ (5%) atau t hitung $< t$ tabel, maka H_0

diterima dan H_a ditolak (Ghozali, 2018). Pada pengujian hipotesis, jika nilai signifikansi $< 0,05$ (5%) atau t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$ (5%) atau t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak (Ghozali, 2018). Berdasarkan uji hipotesis pada penelitian ini, hasil uji secara parsial atau uji t pada variabel Risiko (X_3) memperoleh hasil nilai signifikansi sebesar $0,019 < 0,05$ dengan t hitung $2,396 > t$ tabel $1,984$. Hal ini berarti H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak, yaitu variabel risiko (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y yaitu Minat Penggunaan BSI *mobile* pada Bank Syariah Indonesia cabang Tapaktuan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kustina & Normalinda (2020), Sulkarnain et al., (2022) yang membuktikan bahwa risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Risiko yang mungkin muncul saat menggunakan suatu produk memiliki sisi negatif yang mana semakin tinggi tingkat ketidakpastian dan konsekuensi yang diterima oleh pengguna BSI *mobile*, maka semakin rendah minat menggunakan BSI *mobile*, serta pengguna akan cenderung lebih menghindarinya. Penelitian ini sejalan dengan teori TPB (Theory Planned of Behavior) dikarenakan kekhawatiran seorang pengguna mengenai keamanan data pribadi atau risiko penipuan yang didapat dari BSI *mobile* serta persepsi risiko juga mempengaruhi sejauh mana seorang pengguna dapat

mengendalikan atau mengatasi risiko yang akan terjadi dikemudian hari.

Dalam teori TRA (*Theory of Reasoned Action*), niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif. Risiko yang dirasakan oleh pengguna, seperti kebocoran data atau penipuan, dapat mempengaruhi sikap mereka terhadap penggunaan BSI mobile. Jika pengguna merasa bahwa risiko terlalu tinggi, mereka akan cenderung memiliki sikap negatif terhadap penggunaan layanan tersebut, yang pada gilirannya akan menurunkan niat mereka untuk menggunakannya. Dengan demikian, persepsi risiko menjadi faktor penting dalam membentuk sikap dan niat pengguna terhadap teknologi mobile banking.

Risiko yang mungkin muncul dalam penggunaan suatu produk ataupun layanan memiliki peranan yang kuat untuk mengurangi minat konsumen untuk mengambil bagian dari transaksi. Risiko mengacu tentang mereka yang merasa khawatir dan dirugikan apabila pada saat melakukan transaksi menggunakan *fintech* akan terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan dalam transaksi misalkan produk yang dibeli tidak sesuai atau transaksi yang gagal serta penyalahgunaan informasi pribadi seseorang (Haqiqi et al., 2020).

Secara keseluruhan, risiko yang dirasakan oleh nasabah, baik dari segi keamanan, operasional, maupun kepercayaan terhadap teknologi, dapat secara signifikan mempengaruhi minat mereka

dalam menggunakan BSI *mobile*. Hal – hal yang dikhawatirkan responden dan dianggap sebagai risiko yang dapat mengurangi minat dalam penggunaan BSI *mobile* diantaranya seperti: Risiko terkait kebocoran data, aplikasi yang rentan eror dan rentan terhadap serangan siber, pencurian identitas, risiko penipuan (*phishing*, *malware*, atau transaksi yang tidak sah) dan lain sebagainya.

Dapat disimpulkan bahwa risiko merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat dalam menggunakan BSI *mobile*. Semakin rendah risiko *mobile banking* maka dapat meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan layanan BSI *mobile*, sebaliknya apabila risiko penggunaan BSI *mobile* tinggi maka akan mempengaruhi menurunnya minat nasabah untuk menggunakan BSI *mobile*. Hal ini juga dapat menjadi implikasi bagi Bank Syariah Indonesia untuk terus menjaga dan meningkatkan keamanan dalam layanan BSI *mobile* agar penggunanya terhindar dari risiko yang tidak diinginkan sehingga dapat terus meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan layanan BSI *mobile*.

4.8.4 Pengaruh Literasi Keuangan digital (X₁), Persepsi Kemudahan (X₂) dan Risiko (X₃) Terhadap Penggunaan BSI *mobile*

Pada pengujian secara simultan (uji F), apabila nilai F hitung > nilai F tabel dan nilai sig < 0,05 maka H₀ ditolak dan menerima H_a, yang artinya bahwa semua variabel independen serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen. Dari hasil uji statistik

secara simultan yang dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Hasil uji F diperoleh nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai F hitung $32,622 > F$ tabel 2,70. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel literasi keuangan digital (X_1), Persepsi Kemudahan (X_2) dan risiko (X_3) secara simultan terhadap minat penggunaan BSI *mobile* (Y).

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dihasilkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0,505 atau 50,5%, yang mengandung pengertian bahwa kemampuan variabel literasi keuangan digital (X_1), persepsi kemudahan (X_2) dan risiko (X_3) dalam menjelaskan variabel terikat yaitu minat menggunakan BSI *mobile* adalah sebesar 50,5%. Sedangkan sisanya 49,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini seperti: sistem teknologi (Adiwijaya, 2018), persepsi kegunaan (Anwar, 2018) manfaat (Sulkarnain et al., 2022), kepercayaan (Ningrum et al., 2021) dan lain sebagainya.

Literasi Keuangan Digital, Persepsi Kemudahan, dan Risiko secara simultan mempengaruhi penggunaan BSI *mobile*, karena ketiga faktor ini saling terkait dalam membentuk pengalaman dan minat dalam menggunakan layanan BSI *mobile*. Literasi keuangan digital memberikan pengetahuan dasar yang diperlukan pengguna untuk memahami cara kerja BSI *mobile*, termasuk manfaat dan potensi risikonya. Pengguna dengan literasi keuangan digital yang

baik lebih mampu mengelola keuangan mereka melalui aplikasi digital, sehingga lebih mungkin menggunakan *BSI mobile* secara efektif.

Setelah memiliki pemahaman yang kuat tentang literasi keuangan digital, persepsi kemudahan menjadi faktor penting yang memengaruhi minat untuk menggunakan *BSI mobile*. Jika pengguna merasa aplikasi tersebut mudah digunakan dengan antarmuka yang intuitif, proses yang sederhana, dan akses yang mudah. Maka mereka akan lebih tertarik untuk memanfaatkannya.

Namun, meskipun pengguna memiliki literasi keuangan yang baik dan persepsi kemudahan yang positif, persepsi risiko tetap menjadi faktor penentu dalam keputusan mereka. Kekhawatiran terkait keamanan data atau kemungkinan penipuan dapat mengurangi minat pengguna terhadap *BSI mobile*, karena mereka cenderung mempertimbangkan risiko ini sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan tersebut.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan digital mempengaruhi bagaimana pengguna memahami layanan *BSI mobile*, persepsi kemudahan mempengaruhi kenyamanan mereka dalam menggunakan layanan tersebut, dan risiko menentukan sejauh mana mereka merasa aman untuk melakukannya. Ketiga faktor ini bekerja secara simultan dalam memengaruhi minat dalam menggunakan *BSI mobile*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Literasi Keuangan digital, persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat penggunaan BSI *mobile* di Tapaktuan Aceh Selatan, diketahui hasil yang telah didapatkan adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk variabel literasi keuangan digital (X_1), berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan secara parsial dinyatakan variabel ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan BSI *mobile* di Tapaktuan Aceh Selatan
- 2) Untuk variabel persepsi kemudahan (X_2), berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan secara parsial dinyatakan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan BSI *mobile* di Tapaktuan Aceh Selatan
- 3) Untuk variabel risiko (X_3), berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan secara parsial dinyatakan variabel risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan BSI *mobile* di Tapaktuan Aceh Selatan
- 4) Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan secara simultan untuk variabel literasi keuangan digital (X_1), Persepsi Kemudahan (X_2), dan Risiko (X_3) secara simultan

dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan BSI *mobile* di Tapaktuan Aceh Selatan

5.2 Saran

Berdasarkan analisis hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya terdapat beberapa saran yang akan menjadi implikasi bagi penelitian selanjutnya dan bagi perusahaan, antara lain:

1. Mengenai literasi keuangan digital, pada hasil temuan lapangan perlu ditingkatkan terutama kepada Bank Syariah Indonesia sendiri, untuk dapat memberikan pengarah lanjut tentang proses pengaplikasi *mobile banking* lebih dalam. Masyarakat hanya mengetahui secara terbatas dalam menggunakan aplikasi hanya untuk melihat saldo rekening dan melakukan transfer. Sehingga fitur-fitur lain tidak digunakan karena pengetahuan nasabah yang terbatas.
2. Disarankan Bank Syariah Indonesia cabang Tapaktuan Aceh Selatan untuk dapat melakukan sosialisasi dalam memperkenalkan kemudahan yang diberikan oleh *mobile banking* dalam mempermudah transaksi.
3. Disarankan Bank Syariah Indonesia cabang Tapaktuan Aceh Selatan memberikan sosialisasi dan arahan secara rutin tentang penipuan atau pun tindakan kejahatan yang berisiko lainnya kepada nasabah untuk berhati - hati agar terhindar dari risiko risiko yang merugikan.

4. Diharapkan kepada peneliti lainnya untuk menambah kajian baik secara lokus atau pun secara fokus. dimana jika secara lokus tidak hanya melakukan penelitian pada satu instansi saja atau instansi yang sama melainkan melakukan sebuah perbandingan dengan instansi lainnya seperti *mobile banking* dari bank lain atau dompet digital. Kemudian jika secara fokus menambah variabel lainnya untuk kajian ilmiah berikutnya seperti pengaruh sosial, motivasi, layanan dan sebagainya.
5. Selain itu untuk OJK dan Bank Indonesia (BI) juga sebaiknya dapat berkolaborasi dalam mengembangkan program literasi keuangan digital, dan juga dapat menetapkan regulasi yang mengharuskan bank menerapkan standar keamanan tinggi dalam aplikasi *mobile banking* dan membangun sistem pelaporan masalah untuk pengguna. OJK dan BI juga dapat mendorong sosialisasi fitur-fitur aplikasi *mobile banking* dan melakukan uji coba fitur baru dengan umpan balik pengguna untuk perbaikan berkelanjutan. Kampanye kesadaran risiko dan penyuluhan tentang keamanan digital juga penting untuk melindungi informasi pribadi pengguna. Terakhir, OJK dan BI sebaiknya melakukan survei berkala untuk mengukur dampak kebijakan dan menggunakan data tersebut untuk penyesuaian kebijakan yang lebih efektif, sehingga minat masyarakat terhadap penggunaan BSI *Mobile* dapat meningkat secara signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adela, M. (2020). *Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Bni Syariah Kcp Rajabasa)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Adiwijaya, I. G. B. P. (2018). Kemudahan Penggunaan, Tingkat Keberhasilan Transaksi, Kemampuan Sistem Teknologi, Kepercayaan dan Minat Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15 (3), 135–153.
- Agarwal, S., W. Qian, B. Y. Yeung, and X. Zou. (2019). *Mobile Wallet and Entrepreneurial Growth*. *AEA Papers and Proceedings*, 109, 48-53.
<https://doi.org/10.1257/pandp.20191010>
- Aidar, A. A. N. (2018). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap sikap penggunaan layanan *mobile banking*. Diakses dari <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/2457/>
- Amruddin, S. P. (2022). Paradigma Kuantitatif, Teori Dan Studi Pustaka. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, 1.
- Anwar, M. F. (2018). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kepercayaan dan Risiko terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Artianingsih, D. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, dan Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi menggunakan Financial technology Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2017-2019)* (Doctoral dissertation, IAIN Kudus).
- Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking bank syariah. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 401-423.

- Awalina, M. (2019). Pengaruh persepsi kemanfaatan, kemudahan dan literasi keuangan terhadap minat penggunaan uang elektronik berbasis server di kalangan mahasiswa dalam perspektif Islam. UIN Sunan Ampel, Surabaya.
- Badan Pusat Statistik (2022). Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022. Diambil pada 28 Juni 2023 dari <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/08/31/131385d0253c6aae7c7a59fa/-statistik-telekomunikasi-indonesia-2022.html>
- Badan Pusat Statistik (BPS). “*Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022*”. Katalog BPS 06300.2313 diakses dari <https://www.bps.go.id/>, diakses pada 23 September 2023
- Bancin, I. W. D., & Jannah, N. (2022). Analisis Minat Nasabah pada Penggunaan Aplikasi BSI *Mobile* dalam Pembayaran E-Commerce: Studi Kasus pada Mahasiswa UINSU. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 1487-1499.
- Bank Syariah Indonesia (2022). Laporan Tahunan Risiko dan Keamanan Transaksi Digital. Pada 3 Agustus 2023. <https://www.bankbsi.co.id/>
- Bank Syariah Indonesia (2023). Digital Banking: Produk Dan Layanan. Diambil Pada 3 Agustus 2023, dari <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/digital-banking>
- Basuki, 2020, Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif, Media Indonesia, Bandung.
- Budianto, E. W. H., & Dewi, N. D. T. (2023). Akad ju’alah pada inklusi keuangan syariah: studi pustaka(library research).

- Cahyaningtyas, A. W., & Witono, B. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Risiko, dan Lifestyle Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan E-Banking. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 149-159.
- Caroline, E. (2019). *Metode Kuantitatif*. Media Sahabat Cendekia.
- Caroline, C. C., & Hastuti, T. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori Tam. *KEUNIS*, 9(2), 160-172.
- Cobla, G. M., and E. Osei-Assibey. (2018). Mobile Money Adoption and Spending Behaviour: The Case of Students in Ghana. *International Journal of Sosial Economic*, 45 (1), 29-42. <https://doi.org/10.1108/IJSE-11-2016-0302>
- Dafiq, B. I., Hidayati, A. N., & Habib, M. A. F. (2022). Pengaruh literasi keuangan, literasi digital, digital marketing, brand image dan word of mouth terhadap minat generasi z pada bank syariah. Fair Value: *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(11), 4971-4982.
- Darmah, M. D. (2022). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BRI Syariah KC Banda Aceh* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (2019). *User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models*. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Dewi, S., Sabri, S., & Winata, V. P. (2018). Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan BSM *Mobile Banking* Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 2(2), 203-234. <https://doi.org/10.30983/es.v2i2.723>
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi & analisis data dengan SPSS*. Deepublish.

- Dwiningsih, Y. W. (2020). Literasi Keuangan, Literasi Layanan Keuangan Digital Dan Partisipasi Perbankan Pada Siswa Sma Komplek Surabaya. Retrieved Mei 7, 2023, from <http://repository.unair.ac.id/98269/>
- Fadlan, A., (2018) Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Pada Mahasiswa Pengguna *Mobile Banking* Universitas Baruwijaya). Skripsi. Jurusan Administrasi Bisnis, Konsentrasi Sistem Informasi Manajemen. Malang.
- Fahmi, Z., & Evanita, S. (2019). Pengaruh Iklan dan Perceived Security terhadap Minat Transaksi Pembayaran Berbasis e-Payment dengan Sikap sebagai Variabel Intervening pada Masyarakat di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(02), 83–96
- Fauzi, A., & Murniawaty, I. (2020). Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah. *Economic Education Analysis Journal* 9(2): 473-486
- Fitrianti, B. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, dan Pendapatan terhadap Keputusan Berinvestasi. Seminar Nasional Akuntansi, 1(1), 37–39. <http://marefateadyan.nashriyat.ir/node/150>.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro. Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(2), 1470.
- Ghozali, M. (2018). Analisis sistem lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan konvensional. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* , 14 (1), 19-21.
- Haqiqi, N., Lasiyono, U., & Prabowo, T. A. (2020). Pengaruh Kemudahan, Manfaat dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja *Online* Dalam Menggunakan ECommerce Shopee di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman

Sidoarjo. *Journal of Sustainability Business Research* Vol.1 No.1 ISSN: 2746-8607.

- Harir, A. (2020). Perceived ease of use in technology acceptance: Indicators and impacts. *Education and Information Technologies*, 25(3), 453-466
- Ismayani, I. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Izzuddin, M. G., & Ilahiyyah, I. (2022). Pengaruh User Interface, Brand Image, dan Digital Literacy terhadap Minat Penggunaan Bank Digital. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 144-163.
- Jogiyanto Hartono, M. (Ed.). (2019). *Strategi Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi.
- Joni, Yulianti. R & Hamdiah. C. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *mobile banking* (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh). *Jurnal Serambi Konstruktivis*, Volume 4, No.2
- Katadata (2023) Survei KIC: Nasabah Butuh Kemudahan Dalam Fitur Super App Perbankan. Diambil pada 2 Agustus 2023 dari <https://katadata.co.id/finansial/keuangan-/641eb48aea599/survei-kic-nasabah-butuh-kemudahan-dalam-fitur-super-app-perbankan>
- Khoiriyah, D., & Rasyid, R. (2020). Pengaruh Risiko Bisnis, Profitabilitas dan Pertumbuhan Aset terhadap Struktur Modal Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index. *Jurnal kajian manajemen dan wirausaha*, 2(2), 43-51.
- Kustina, K. T., & Normalinda, A. N. Pengaruh Locus Of Control Dan Perceived Risk Terhadap Minat Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Dengan Sikap Nasabah Sebagai Variabel

Intervening Pada Pt Bank Sinarmas Kantor Cabang Denpasar.

- Laras. (2020)“Analisis Penerimaan *Mobile Banking* Perbankan Syariah Dengan Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah & Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).” UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- 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).
- Lifti, I. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia (BSI)(Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung)* (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).
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [*canarium indicum* l.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333-342.
- Marthauli, Mirati, R. E., & Vidyasari, R. (2019). Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *BCA Mobile* di Wilayah Jabodetabek. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 8(1), 1463–1471.

- Mochlasin. (2018). Consumer Behavior Perbankan Syariah. In LP2M (Vol. 51, Issue 3). <https://doi.org/10.2307/1251656>
- Moenjak, T., Kongprajya, A., & Monchaitrakul, C. (2020). Fintech, Financial Literacy, and Consumer Saving and Borrowing: the Case of Thailand. In ADBI Working Paper Series (Issue 1100).
- Morgan, P. J., Huang, B., & Trinh, L. Q. (2019). The Need to Promote Digital Financial Literacy for the Digital Age. The 2019 G20 Osaka Summit, Japan: The Future of Work and Education for the Digital Age, August, 40-46. <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/503706/adb-realizing-education-all-digital-age.pdf#page=56>
- Mustikasari, M. (2023). Pengaruh Literasi Digital, Kemanfaatan, dan Kemudahan terhadap Keputusan Membuka Rekening melalui Aplikasi BSI Mobile oleh Nasabah BSI di Ponorogo (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Nanziri, L. W., and M. Olckers. (2019). Financial Literacy in South Africa. Cape Town: SALDRU. UCT (SALDRU Working Paper Number 242 Version 1/ NIDS Discussion Paper 2019/9)
- Nasution, M. K., & Barus, T. (2019). *Analisis Regresi: Teori dan Aplikasi*. Medan: Penerbit Universitas Sumatera Utara.
- Ningrum, K. K. (2018). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi, dan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten Kebumen.
- Ningrum, R., Bacmid, S., & Jalil, A. (2021). Pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45.
- Ningsih, H. A., M Sasmita, E., & Sari, B. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi

Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Ikraith-ekonomika*, 4(1), 1-9.

- Nuraeni, Y. S. and Irawati, D. (2021) 'Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi)', *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), pp. 439–450.
- Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu) *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(2)
- Oktavia, F., & Kartawinata, B. R. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Resiko Terhadap Minat Pengguna *Mobile Banking* Bank Nagari Kantor Pusat Padang. *EProceedings of Management*, 7(2).
- Pambudi, R. D. (2019). Perkembangan fintech di kalangan mahasiswa UIN Walisongo. *Harmony: Jurnal Pembelajaran IPS Dan PKN*, 4(2), 74-81.
- Payadnya, I. P., & Jayantika, I. (2018). Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik Dengan SPSS.
- Pemerintah Provinsi Aceh (2023). Pengguna BSI *mobile* di Aceh Mencapai 542.161. Diambil pada 20 juli 2023 dari <https://acehprov.go.id/berita/kategori/umum/pengguna-bsi-mobile-di-aceh-mencapai-542161>
- Pradana, Y. (2018). Atribusi kewargaan digital dalam literasi digital. *Untirta Civic Education Journal*, 3(2).
- Pradesyah, R. (2018). Analisis Perkembangan Akad-Akad Di Bank Syariah. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 34.
- Pradini, K . T., & Susanti (2021) Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, dan Kemudahan Penggunaan *Mobile Banking* BCA, BNI, BRI. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*

- Universitas Udayana* 10, no. 10 (2021): 862-870.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>
- Prakosa, A., & Sumantika, A. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 270–282.
- 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. <https://doi.org/10.32497/keunis.v8i1.2117>
- Prasad, H., Meghwal, D., & Dayama, V. (2018). Digital Financial Literacy: A Study of Households of Udaipur. *Journal of Business and Management*, 5(I), 23-32. <https://doi.org/10.3126/jbm.v5i0.27385>
- Pratama, B, A & Suputra, D, G, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *EJurnal Akuntansi Universitas Udayana* .Vol.27.2.Mei (2019): 927 - 953
- Pusparisa, Y. (2020). Survei KIC: Dompot Digital Paling Banyak Digunakan Saban Hari. Retrieved January 1, 2021, from databoks. website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/28/survei-kic-dompot-digital-paling-banyak-digunakan-saban-hari>
- Putra, A. B., Widyanti, R., & Husnurropiq, H. (2022). Pengaruh Literasi Digital Keuangan Dan Efikasi Keuangan Terhadap Perilaku Investasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin). *AL-ULUM: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 8(2).
- Rahayu, R. (2022). Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital: Studi pada Generasi Z di

Indonesia. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 73-87

- Rakhman, M., & Haryadi, H.(2021). Workshop Literasi Digital Dalam Rangka Peningkatan Partisipasi Pembangunan Saat Pandemi Di Desa Pematang Jering, Kabupaten Muara Jambi. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 191-199.
- Renaldi, W. (2021). *Pengaruh Kegunaan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BNI Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Ristiana, N., & Widyastuti, E. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Minat Mahasiswa dalam Penggunaan Layanan E-Banking. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(1), 425-444.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendiikan dan Eksperimen*. Deepublish Publisher.
- Rochaniah, Y., & Sari, R. C. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Penghasilan, Dan Gender Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commmerce. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 9(6), 1-20.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(2), 699-â.
- Salwa, P. Y. D., Septiani, P., Restiani, D., Jannah, M., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Tangerang Menjadi Nasabah Bank Syariah. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(1), 287-296.

- Saputri, L. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Fasilitas Electronic Banking Bank Syariah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (IAIN Salatiga; Vol. 53). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sari, I. (2019). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Penggunaan Teknologi, Fitur Layanan Dan Keamanan, Terhadap Minat Menggunakan E-Money, Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening. Retrieved from <http://erepository.perpus.iainsalatiga.ac.id/5989/>
- Setiawan, A., Rofingatun, S., & PM-Bankinga, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat Dan Penggunaan Financial Teknologi (Fintech) Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah* Vol.15, No2, 35-48
- Sugiyono, P. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (D. Sutopo. S. Pd, MT, Ir. Bandung: Alfabeta.
- Suherdi, D. (2021). *Peran literasi digital di masa pandemik*. Cattleya Darmaya Fortuna.
- Subowo, S.Kom., M.T.I., Moh Hadi. 2020. "Pengaruh Prinsip Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Ojek Online Xyz." *Walisongo Journal of Information Technology* 2(2):79. doi: 10.21580/wjit.2020.2.2.6939.
- Sujarweni, V. W. (2021). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sulkarnain, R., Dirwan, D., & Asbara, N. W. (2022). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Sam Ratulangi. *Nobel Management Review*, 3(4), 608-621.

- Sumiati, E., & Wijonarko, W. (2020). Manfaat literasi digital bagi masyarakat dan sektor pendidikan pada saat pandemi Covid-19. *Buletin Perpustakaan*, 3(2), 65-80.
- Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2), 179–190. <https://doi.org/10.28932/jmm.v19i2.2478>
- Tony, N., & Desai, K. (2020). Impact of digital financial literacy on digital financial inclusion. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(1), 1911–1915.
- Tribatanewsacehselatan.com. Kapolres Aceh Selatan Himbau Masyarakat Hati-hati Modus Penipuan Online. Diambil pada 8 November 2024 dari <https://tribatanewsacehselatan.com/kapolres-aceh-selatan-himbau-masyarakat-hati-hati-modus-penipuan-online/>
- Tribatanewsacehselatan.com. Kapolres Aceh Selatan Ingatkan Masyarakat Waspada Penipuan Online. Diambil pada 9 September 2024 dari <https://tribatanewsacehselatan.com/kapolres-aceh-selatan-ingatkan-masyarakat-waspada-penipuan-online/>
- Vebiana, V. (2018). Perbankan Digital, Pengalaman Pelanggan, dan Kinerja Keuangan Bank Syariah. 9th Industrial Research Workshop and National Seminar, 747–751. <https://doi.org/10.35313/irwns.v9i0.1145>
- Wahdiniwaty, R., Firmansyah, D., Suryana, A., Dede, D., & Rifa'i, A. A. (2022). *Mystery in Marketing Management Products Post COVID-19 as a Model of Survival Strategy Towards the Awakening of Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the Digital Economy Era*. *Khazanah Sosial*, 4(1), 187–210. <https://doi.org/10.15575/ks.v4i1.17397>
- Wahyuningsih, S. A. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Dengan Kepercayaan

Sebagai Variabel Intervening. Retrieved from <http://erepository.perpus.iainsalatiga.ac.id/5277>

Wardani, G. O. P., & Sari, R. C. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kebermanfaatan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology Sistem Pembayaran. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 9(7), 1-17.

Website Bank Indonesia 2022 : <https://www.bi.go.id/id/default.aspx>

Wijaya, J. P., & Sri, D. (2023). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Umkm Di Kota Palembang. *Jurnal Informasi Akuntansi (JIA)*, 2(1).

Wulandari. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Lubuk Pakam Medan. Skripsi .UIN Sumatra utara. Medan.

Xue, R., A. Gepp, T. J. O'Neill, S. Stern, and B. J. Vanstone. (2019). *Financial Literacy amongst Elderly Australians. Accounting & Finance*, 59(S1): 887-918. <https://doi.org/10.1111/acfi.12362>

Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan; Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. Diponegoro *Journal of Management* Vol.6 No.4 ISSN Online 2337-3792 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr> .

Yunita, Y. (2023). Telaah Kompetensi Guru di Era Digital dalam Membangun Warga Negara yang Baik. *ASANKA: Journal of Social Science and Education*, 4(1), 73-86.

LAMPIRAN
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/ibu/saudara/i Responden

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Berkenaan dengan pelaksanaan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir/skripsi pada program Strata-1 (S1) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Saya:

Nama : Aldila Riska. S

NIM : 190603151

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan BSI *Mobile* Di Tapaktuan Aceh Selatan”, untuk membantu kelancaran penelitian ini, Saya mohon dengan hormat kesediaan Bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi kuisisioner penelitian ini. Seluruh data dan informasi yang diberikan responden akan dijaga kerahasiaannya sesuai kode etik. Peran serta Bapak/ibu/saudara/i akan sangat bermanfaat bagi keberhasilan

penelitian ini. Atas kesediaan Bapak/ibu/saudara/i untuk menjawab pertanyaan pada kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Peneliti

(Aldila Riska. S)



A. PERTANYAAN KUNCI

Petunjuk: Silahkan isi pada pilihan yang telah disediakan

1. Apakah anda nasabah BSI cabang Tapaktuan yang menggunakan layanan BSI mobile?
 - Benar (*lanjut ke halaman selanjutnya*)
 - Tidak (*Terima kasih atas respon anda*)

B. IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk: Mohon isi data diri anda pada pilihan yang telah disediakan

1. Nama (optional):
2. Jenis Kelamin:
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Usia:
 - 17-25 tahun
 - 26- 45 tahun
 - \geq 46 tahun
4. Status:
 - Menikah
 - Belum Menikah
5. Pendidikan Terakhir:
 - SMA/ SMK/ Sederajat
 - Akademi/ Diploma / Strata-1 (S1)

Strata-2 (S2)/ Strata-3 (S3)

Lainnya

6. Pekerjaan:

Pelajar/ mahasiswa/i

Wiraswasta

PNS/ ASN

Lainnya

7. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah BSI cabang Tapaktuan ?

< 1 Tahun

> 1 Tahun

8. Sudah berapa lama anda menggunakan layanan BSI *mobile* ?

< 1 Tahun

> 1 Tahun

C. PETUNJUK PENGISIAN

1. Mohon Bapak/ibu/saudara/i menjawab seluruh pertanyaan yang ada
2. Setiap pertanyaan cukup diberikan jawaban satu saja yang paling sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu, lalu berikan tanda centang (✓) pada kolom yang tersedia.
3. Setiap jawaban yang dipilih akan diberikan skor sebagai berikut:

- a. Sangat Tidak Setuju = STS (diberi skor 1)
- b. Tidak Setuju = TS (diberi skor 2)
- c. Setuju = S (diberi skor 3)
- d. Sangat Setuju = SS (diberi skor 4)

D. DAFTAR PERTANYAAN

- 1. Pernyataan Kuesioner Penelitian Terkait faktor Literasi Keuangan Digital (X₁)

Faktor Literasi Keuangan Digital (X ₁)						
NO.	Indikator	Pernyataan	Penilaian			
			SS	S	TS	STS
			4	3	2	1
1.	Pengetahuan dan pemahaman tentang produk dan layanan keuangan keuangan digital	Saya mengetahui dan memahami tentang produk dan layanan keuangan digital seperti BSI <i>mobile</i>				
2.	Pengalaman dalam menggunakan produk dan layanan keuangan digital	Saya pernah/ sering melakukan transaksi menggunakan aplikasi BSI <i>mobile</i>				
3.	Kesadaran akan risiko keuangan digital	Saya menyadari risiko yang mungkin timbul saat tidak berhati-hati melakukan transaksi menggunakan layanan keuangan digital (BSI <i>mobile</i>)				
4.	Keterampilan dalam mengendalikan dan mengelola aktivitas digital	Dengan layanan keuangan digital seperti BSI <i>mobile</i> mempermudah saya dalam				

		mengelola keuangan digital				
--	--	----------------------------	--	--	--	--

2. Pernyataan kuesioner penelitian terkait faktor persepsi kemudahan (X₂)

Faktor Persepsi Kemudahan (X ₂)						
NO.	Indikator	Pernyataan	Penilaian			
			SS	S	TS	STS
			4	3	2	1
1.	Mudah dipelajari	Menurut saya tampilan dan sistem pada aplikasi BSI <i>mobile</i> sangat mudah untuk dipelajari				
2.	Dapat dikontrol	Menurut saya aplikasi BSI <i>mobile</i> mempermudah dalam mengontrol transaksi				
3.	Jelas dan dapat dipahami	Menurut saya transaksi menggunakan aplikasi BSI <i>mobile</i> sangat jelas dan mudah dipahami				
4.	Fleksibel	Menurut saya aplikasi BSI <i>mobile</i> sangat fleksibel sehingga dapat digunakan kapanpun dan dimanapun				
5.	Mudah menjadi terampil/mahir	Dengan aplikasi BSI <i>mobile</i> yang mudah, sehingga dapat meningkatkan keterampilan dalam menggunakannya				
6.	Mudah digunakan	Menurut saya aplikasi BSI <i>mobile</i> sangat mudah digunakan				

3. Pernyataan kuesioner penelitian terkait faktor risiko (X₃)

Faktor Risiko (X3)						
NO.	Indikator	Pernyataan	Penilaian			
			SS	S	TS	STS
			4	3	2	1
1.	Risiko ekonomi	Menurut saya menggunakan BSI <i>mobile</i> tidak memiliki risiko yang tinggi				
2.	Risiko personal	Menurut saya risiko kesalahan melakukan pembayaran saat transaksi menggunakan BSI <i>mobile</i> sangat kecil				
3.	Risiko peforma perusahaan	Menurut saya risiko eror pada sistem layanan BSI <i>mobile</i> sangat kecil				
4.	Risiko peforma perusahaan	Pihak bank langsung menanggapi dan menindaklanjuti jika terjadi masalah dalam aplikasi BSI <i>mobile</i>				
5.	Risiko privasi	Menurut saya risiko kebocoran data pribadi saat menggunakan layanan BSI <i>mobile</i> sangat kecil				

4. Pernyataan kuesioner terkait faktor minat (Y)

Faktor Minat (Y)						
NO.	Indikator	Pernyataan	Penilaian			
			SS	S	TS	STS
			5	4	2	1
1.	Berminat atau adanya rasa ingin untuk menggunakan	Saya tertarik dan berminat untuk menggunakan produk layanan Bank Syariah Indonesia yaitu BSI <i>mobile</i> karena sesuai dengan kebutuhan saya				

2.	Selalu menggunakan	Saya berminat untuk selalu menggunakan BSI <i>mobile</i> disetiap transaksi <i>online</i> yang saya lakukan karena lebih mudah dan praktis				
3.	Keinginan untuk mencoba suatu produk <i>fintech</i>	Saya memiliki keinginan untuk mencoba menggunakan BSI <i>mobile</i>				
4.	Rasa ingin tahu mengenai <i>fintech</i>	Saya berminat dan berkeinginan untuk mencari tahu tentang BSI <i>mobile</i>				
5.	Berlanjut menggunakan dimasa mendatang	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan BSI <i>mobile</i> dimasa yang akan datang				

LAMPIRAN 2 TABULASI DATA

1. Variabel Literasi Keuangan Digital (X₁) Dan Persepsi Kemudahan (X₂)

No.	X ₁ 1	X ₁ 2	X ₁ 3	X ₁ 4	Total X ₁	X ₂ 1	X ₂ 2	X ₂ 3	X ₂ 4	X ₂ 5	X ₂ 6	Total X ₂
1	3	4	4	3	14	3	3	3	2	3	3	17
2	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
4	3	3	4	3	13	3	3	3	4	3	3	19
5	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
6	3	3	3	3	12	4	4	3	4	3	3	21
7	4	4	3	3	14	3	3	3	3	3	3	18
8	3	4	3	4	14	4	4	3	4	3	4	22
9	4	3	3	3	13	3	3	3	3	3	3	18
10	3	4	3	3	13	3	3	3	3	3	3	18
11	1	3	3	4	11	4	4	4	4	3	4	23
12	3	4	3	3	13	3	3	3	3	3	3	18
13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
14	3	3	4	4	14	4	4	3	3	4	3	21
15	3	3	4	4	14	3	4	3	4	3	3	20
16	3	4	3	4	14	4	4	4	4	4	4	24
17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
18	3	3	3	2	11	3	3	3	3	3	3	18
19	4	3	4	3	14	2	3	2	2	3	3	15
20	3	3	3	3	12	2	3	2	3	3	3	16
21	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	4	16	3	4	3	4	3	4	21
23	3	2	3	2	10	1	3	3	2	3	3	15
24	4	3	4	3	14	2	3	2	3	2	3	15
25	3	2	4	3	12	2	3	2	3	3	2	15
26	3	3	3	3	12	3	3	3	4	3	3	19
27	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
28	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
29	3	4	3	4	14	3	3	3	3	3	3	18
30	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
31	3	3	3	3	12	3	3	2	3	3	3	17
32	3	3	4	3	13	3	3	3	3	3	3	18
33	3	3	3	3	12	2	3	3	2	3	3	16
34	2	3	3	2	10	2	2	2	3	3	2	14

No.	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	Total X1	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6	Total X2
35	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
37	4	3	4	4	15	4	4	3	4	3	4	22
38	3	4	4	3	14	3	3	3	4	3	3	19
39	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	4	24
41	3	3	4	3	13	3	3	3	3	3	3	18
42	3	4	3	4	14	4	3	3	4	3	4	21
43	3	3	4	3	13	3	3	3	3	3	3	18
44	3	3	3	3	12	3	2	3	3	3	3	17
45	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
46	4	3	4	3	14	3	3	3	4	3	3	19
47	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	23
48	3	3	4	3	13	3	3	3	4	3	3	19
49	4	4	4	3	15	4	3	3	3	3	3	19
50	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
51	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
52	3	3	4	3	13	3	3	3	3	3	3	18
53	4	3	4	3	14	4	3	3	4	3	3	20
54	3	3	4	3	13	3	3	3	4	3	3	19
55	4	4	4	3	15	3	3	4	4	3	3	20
56	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
57	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	3	22
58	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
59	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
60	4	4	4	3	15	3	3	3	4	3	3	19
61	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	23
63	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	4	4	16	3	3	3	4	3	3	19
65	3	4	4	3	14	3	3	3	3	3	3	18
66	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	3	22
67	3	3	3	2	11	3	3	3	3	3	3	18
68	4	3	4	3	14	4	4	4	4	4	4	24
69	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	4	19
70	3	3	4	3	13	3	3	3	3	3	3	18
71	4	4	3	3	14	4	4	3	4	4	4	23
72	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
73	3	3	4	3	13	4	3	3	4	4	4	22
74	3	3	4	3	13	3	3	3	4	3	3	19
75	3	3	4	3	13	3	3	3	4	3	4	20

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total X2
76	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	4	23
77	3	3	4	3	13	3	3	3	4	3	3	19
78	3	3	3	4	13	4	4	4	4	3	4	23
79	3	3	3	3	12	4	3	3	3	3	3	19
80	3	3	4	3	13	3	3	4	4	3	3	20
81	4	4	4	4	16	4	3	3	4	3	3	20
82	4	4	4	3	15	3	3	3	4	3	3	19
83	3	3	4	3	13	2	3	3	3	3	3	17
84	3	2	3	3	11	2	3	2	3	3	3	16
85	3	3	4	4	14	3	3	4	4	3	3	20
86	4	4	4	3	15	4	4	4	4	3	4	23
87	4	3	4	3	14	3	3	3	3	3	3	18
88	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
89	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
90	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	23
91	3	3	3	3	12	2	3	3	3	3	3	17
92	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
93	4	3	4	3	14	3	3	3	4	3	3	19
94	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	23
95	4	4	4	4	16	4	3	3	4	3	4	21
96	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
97	4	4	4	3	15	3	4	4	4	4	3	22
98	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
99	3	3	3	4	13	3	3	3	3	3	3	18
100	3	3	3	3	12	4	3	4	4	4	3	22

2. Variabel Risiko (X3) dan Minat (Y)

No.	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total X3	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Total X4
1	2	3	2	3	3	13	3	4	4	4	3	18
2	3	3	2	3	3	14	3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
4	3	2	3	3	3	14	3	3	3	3	3	15
5	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20
6	3	3	2	3	3	14	3	3	3	3	3	15
7	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
8	3	3	3	3	4	16	4	4	4	3	4	19

No.	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	Total X3	X4. 1	X4. 2	X4. 3	X4. 4	X4. 5	Total X4
9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
10	3	3	3	4	3	16	3	3	3	3	4	16
11	4	3	3	4	4	18	4	4	4	3	4	19
12	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
13	3	3	3	3	3	15	3	3	4	3	4	17
14	2	3	2	3	3	13	3	3	4	4	3	17
15	3	2	2	3	3	13	3	4	4	4	4	19
16	3	3	3	3	3	15	3	3	4	3	3	16
17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
18	4	3	2	3	3	15	3	3	2	3	4	15
19	1	3	1	3	1	9	3	4	4	4	3	18
20	1	3	2	3	3	12	3	2	3	3	3	14
21	3	3	3	3	3	15	4	3	4	4	4	19
22	4	4	1	3	2	14	3	3	4	3	3	16
23	2	2	2	2	2	10	3	2	3	3	3	14
24	3	4	2	3	3	15	3	2	3	4	3	15
25	1	2	2	3	2	10	2	3	3	3	3	14
26	3	2	2	3	3	13	3	2	3	3	3	14
27	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
28	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
29	3	3	3	2	2	13	3	3	3	3	3	15
30	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	4	20
31	1	3	2	3	2	11	3	3	3	3	3	15
32	3	3	2	3	3	14	3	2	3	3	3	14
33	2	3	2	3	2	12	3	2	3	4	3	15
34	2	2	2	2	2	10	2	2	3	3	3	13
35	3	3	2	3	3	14	4	4	4	4	4	20
36	2	3	2	3	3	13	3	3	4	4	4	18
37	3	3	2	3	2	13	3	3	4	4	4	18
38	3	3	2	3	2	13	3	2	3	3	3	14
39	3	3	2	2	2	12	4	4	4	4	3	19
40	3	3	3	3	3	15	3	3	4	4	4	18
41	2	2	2	3	3	12	3	3	3	3	3	15
42	3	3	3	3	3	15	4	4	3	3	4	18
43	2	3	3	3	3	14	3	3	2	3	3	14
44	2	3	3	2	3	13	3	2	2	3	3	13
45	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
46	3	3	2	3	3	14	3	3	3	4	3	16
47	3	3	3	3	3	15	3	3	4	4	3	17
48	2	3	2	3	3	13	3	3	3	3	3	15
49	2	3	2	3	3	13	3	4	3	3	3	16

No.	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	Total X3	X4. 1	X4. 2	X4. 3	X4. 4	X4. 5	Total X4
50	3	3	2	3	2	13	3	2	3	3	3	14
51	3	2	2	3	2	12	3	3	3	3	3	15
52	3	2	3	3	3	14	3	3	3	3	3	15
53	3	3	2	3	2	13	3	1	3	3	3	13
54	3	3	2	3	3	14	3	3	3	3	3	15
55	2	2	2	3	2	11	3	3	3	3	3	15
56	3	2	2	3	3	13	3	3	3	3	3	15
57	3	3	2	3	3	14	4	3	3	3	4	17
58	3	3	3	3	3	15	4	3	4	4	3	18
59	2	3	2	2	3	12	3	3	3	3	3	15
60	3	3	2	3	3	14	4	2	3	3	3	15
61	3	3	2	3	3	14	4	3	4	4	4	19
62	2	3	2	3	2	12	4	3	3	3	3	16
63	3	3	3	3	3	15	4	3	4	4	3	18
64	3	3	2	3	3	14	3	3	3	3	3	15
65	2	2	2	3	2	11	3	2	3	3	3	14
66	2	3	3	3	3	14	3	3	3	3	3	15
67	2	3	2	2	2	11	3	2	3	3	3	14
68	3	3	3	3	3	15	4	3	4	4	4	19
69	2	3	3	3	3	14	3	4	3	3	4	17
70	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
71	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
72	3	3	2	3	3	14	4	4	4	4	4	20
73	3	3	2	3	3	14	4	3	3	3	3	16
74	2	2	2	3	2	11	3	2	3	3	3	14
75	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
76	3	2	2	3	3	13	4	4	4	4	4	20
77	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
78	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	3	16
79	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
80	3	3	2	3	3	14	3	3	3	4	3	16
81	2	2	2	3	2	11	3	3	3	3	3	15
82	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	3	16
83	2	2	2	3	2	11	3	2	3	3	3	14
84	2	2	2	2	3	11	3	2	3	3	3	14
85	3	3	3	3	3	15	4	3	4	3	3	17
86	2	3	2	3	3	13	3	2	3	3	3	14
87	2	3	2	3	3	13	3	2	3	3	3	14
88	3	2	3	3	3	14	3	2	3	3	3	14
89	3	3	3	3	3	15	4	3	3	3	3	16
90	3	2	2	3	2	12	3	3	3	3	3	15

No.	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total X3	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Total X4
91	2	2	3	3	3	13	3	3	4	3	3	16
92	2	3	2	2	3	12	3	2	3	3	3	14
93	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
94	3	3	2	3	3	14	4	3	3	3	4	17
95	3	3	2	3	3	14	4	4	4	4	4	20
96	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	4	16
97	3	3	3	3	3	15	4	3	4	4	3	18
98	3	3	2	3	3	14	3	3	4	4	4	18
99	2	2	1	2	1	8	3	3	3	3	3	15
100	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20



LAMPIRAN 3 HASIL OLAH DATA

1. Uji Validitas

a. Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan Digital (X₁)

		Correlations				Literasi Keuangan Digital (X ₁)
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
X1.1	Pearson Correlation	1	.583**	.542**	.401**	.822**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.583**	1	.335**	.579**	.817**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.542**	.335**	1	.331**	.696**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.401**	.579**	.331**	1	.753**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100
Literasi Keuangan Digital (X ₁)	Pearson Correlation	.822**	.817**	.696**	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100

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

b. Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan (X2)

		Correlations						Persepsi Kemudahan (X2)
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
X2.1	Pearson Correlation	1	.690*	.703*	.660*	.574*	.703*	.885**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.690*	1	.714*	.553*	.621*	.753*	.864**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.703*	.714*	1	.589*	.626*	.659*	.865**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.660*	.553*	.589*	1	.394*	.540*	.764**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.574*	.621*	.626*	.394*	1	.591*	.744**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100

X2.6	Pearson Correlation	.703*	.753*	.659*	.540*	.591*	1	.848**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Persepsi Kemudahan (X2)	Pearson Correlation	.885*	.864*	.865*	.764*	.744*	.848*	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

c. Uji Validitas Variabel Risiko (X3)

		Correlations					Risiko (X3)
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
X3.1	Pearson Correlation	1	.371**	.406**	.396**	.468**	.759**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.371**	1	.265**	.285**	.373**	.615**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.008	.004	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.406**	.265**	1	.361**	.609**	.755**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.008		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.396**	.285**	.361**	1	.475**	.650**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.004	<.001		<.001	<.001

	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.468**	.373**	.609**	.475**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100
Risiko (X3)	Pearson Correlation	.759**	.615**	.755**	.650**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100

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

d. Uji Validitas Variabel Minat (Y)

		Correlations					Minat (Y)
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
Y1	Pearson Correlation	1	.429**	.485**	.394**	.490**	.722**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.429**	1	.487**	.380**	.495**	.774**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.485**	.487**	1	.684**	.478**	.820**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.394**	.380**	.684**	1	.425**	.740**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001

	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.490**	.495**	.478**	.425**	1	.743**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100
Minat (Y)	Pearson Correlation	.722**	.774**	.820**	.740**	.743**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100

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

2. Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Variabel Literasi Keuangan Digital (X₁)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.776	4

b. Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kemudahan (X₂)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.906	6

c. Uji Reliabilitas Variabel Risiko (X₃)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.766	5

d. Uji Reliabilitas Variabel Minat (Y)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.810	5

3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.35664697	
Most Extreme Differences	Absolute	.088	
	Positive	.088	
	Negative	-.067	
Test Statistic		.088	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.056	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.056	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.050
		Upper Bound	.061

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 112562564.

4. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
	B	Error Std.	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.935	1.390		2.832	.006		
Literasi Keuangan Digital	.221	.124	.192	1.785	.077	.446	2.240
Persepsi Kemudahan	.313	.084	.447	3.729	<.001	.359	2.789
Risiko	.203	.085	.202	2.396	.019	.726	1.378

a. Dependent Variable: Minat

5. Uji Heterokedastisitas

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1 (Constant)	-.521	.835		-.624	.534
Risiko (X3)	-.060	.051	-.133	-1.168	.246
Persepsi Kemudahan (X2)	.058	.050	.187	1.153	.252
Literasi Keuangan Digital (X1)	.089	.074	.174	1.195	.235

a. Dependent Variable: ABS_RES

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1 (Constant)	3.935	1.390		2.832	.006
Literasi Keuangan Digital (X1)	.221	.124	.192	1.785	.077
Persepsi Kemudahan (X2)	.313	.084	.447	3.729	<.001
Risiko (X3)	.203	.085	.202	2.396	.019

a. Dependent Variable: Minat (Y)

7. Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1 (Constant)	3.935	1.390		2.832	.006

Literasi Keuangan Digital (X1)	.221	.124	.192	1.785	.077
Persepsi Kemudahan (X2)	.313	.084	.447	3.729	<.001
Risiko (X3)	.203	.085	.202	2.396	.019

a. Dependent Variable: Minat (Y)

8. Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	185.751	3	61.917	32.622	<.001 ^b
Residual	182.209	96	1.898		
Total	367.960	99			

a. Dependent Variable: Minat (Y)

b. Predictors: (Constant), Risiko (X3), Literasi Keuangan Digital (X1), Persepsi Kemudahan (X2)

9. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 ^a	.505	.489	1.378

a. Predictors: (Constant), Risiko (X3), Literasi Keuangan Digital (X1), Persepsi Kemudahan (X2)