

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN LITERASI
KEUANGAN SYARIAH DIGITAL TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
MOBILE BANKING
(Studi Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)
Di Kabupaten Aceh Besar)**



Disusun Oleh:

**NUR AFRATUL JANNAH
NIM. 220602082**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
2026 M / 1447 H**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN LITERASI
KEUANGAN SYARIAH DIGITAL TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
MOBILE BANKING
(Studi Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)
Di Kabupaten Aceh Besar)**



Disusun Oleh:

**NUR AFRATUL JANNAH
NIM. 220602082**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
2026 M / 1447 H**

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

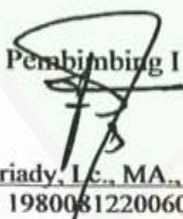
**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN
LITERASI KEUANGAN SYARIAH DIGITAL TERHADAP
MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING*
(Studi Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)
Di Kabupaten Aceh Besar)**

Disusun Oleh:

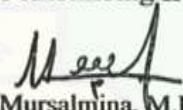
Nur Afratul Jannah
NIM. 220602082

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I


Fithriady, I.c., MA., Ph.D
NIP. 198008122006041004

Pembimbing II


Mursalmina, M.E.
NIP. 199211172020121011

Mengetahui
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah


Dr. Intan Qurratulaini, S.Ag., M.Si
NIP. 197612172009122001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Nur Afratul Jannah
NIM : 220602082
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

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

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 20 Januari 2026

Yang Menyatakan



Handwritten signature of Nur Afratul Jannah.

Nur Afratul Jannah

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN LITERASI
KEUANGAN SYARIAH DIGITAL TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING*
(Studi Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di
Kabupaten Aceh Besar)**

Nur Afratul Jannah
NIM. 220602082

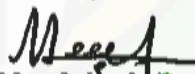
Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata 1 (S-1) dalam
Bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: 23 Januari 2026 M
Jumat, 4 Sya'ban 1447 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

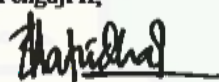
Ketua,

Fithriady I.E., MA., Ph.D
NIP. 198098122006041004

Sekretaris,

Mursalmina, M.E.
NIP. 199211172020121011

Penguji I,

Seri Murni, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 197210112014112001

Penguji II,

Hafidhah, S.E., M.Si., Ak. CA
NIP: 198210122023212028

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Prof. Dr. Hafas Furgani, M.Ec
NIP. 198006252009011009

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Rabbil'alamin, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya, segala urusan yang dianggap sulit menjadi mudah sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam penulis haturkan kepada nabi besar Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari alam kebodohan menuju alam penuh dengan ilmu pengetahuan. Skripsi ini berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Literasi Keuangan Syariah Digital Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kabupaten Aceh Besar)”** sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana dari Prodi Ekonomi Syariah. Dalam proses penyelesaian skripsi ini penulis banyak mengalami kesulitan dan hambatan. Dalam kesempatan ini tidak lupa pula penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Intan Qurratulaini, S.Ag., M.SI dan sebagai Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang selalu mendukung serta memberikan semangat dalam bidang kecerdasan akademik dan spiritual.
3. Hafiih Maulana, S.P., S.H.I., M.E selaku Ketua Laboratorium

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Fithriady, Lc, M.A., Ph.D, dan Mursalmina, M.E. selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan mencurahkan ilmu pengetahuannya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seri Murni, S.E., M.Si., Ak. selaku penguji I dan Hafidhah., S.E., M.Si., Ak, CA selaku penguji II yang telah memberikan masukan, saran, dan perbaikan untuk skripsi ini agar menjadi lebih baik lagi.
6. Khairul Amri, S.E., M.Si selaku Penasehat Akademik, dan kepada seluruh dosen, pegawai dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta segenap pengurus dan pegawai perpustakaan utama Universitas Islam Negeri Ar-Raniry dan Ruang baca FEBI yang sudah memberikan fasilitas untuk mengadakan studi kepustakaan.
7. Pelaku UMKM Di kawasan Darussalam dan Baitussalam yang telah bersedia untuk menjadi responden serta membantu responden dalam pengisian kuesioner.
8. Kedua orang tua tercinta Ayahanda M. Dani, dan Ibunda Marlisnawati yang senantiasa mendoakan dan menasehati dengan setulus hati serta memberikan dukungan baik moral maupun materil. Terima kasih juga kepada Resi Marlinda, serta Hidayatul Aqly dan Raudhatul Jannah selaku Kakak dan Abang kandung tersayang beserta istri, selanjutnya kepada

adik kandung tersayang Muhammad Al-Faiz dan juga kepada ketiga keponakan tersayang M.Huffaz As-Shidiqi, Azkaira Syahira dan Putri Masyhirah, dimana mereka selalu memberikan semangat kepada peneliti agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan jenjang pendidikan perguruan tinggi ini dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

9. Penulis mengucapkan terima kasih kepada para sahabat: Maisari Rezeki, Duratul Nafis, Syifau Warahmatun Elsa, Tiara Nurlisa, Raudhatul Ismi, Amelia Amni, Dita Armaza Yani, Syarifah Alesha Hayfa, Raudhatul Ilma, Putri Mutiara Ramadhani, Vira Amelia, Ulfa Rahmina, Siti Nazhifa, Nadia Ulfa, Putri Nahrisah Dewi Sartika, Nurhaliza, Yogi Pratama, serta Zacky Al-Farisi, yang telah banyak membantu penulis selama proses penyusunan proposal hingga penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas segala saran, motivasi, dukungan, dan kebersamaan yang telah diberikan. serta kepada seluruh teman-teman seperjuangan khususnya Ekonomi Syariah angkatan 2022 yang telah memberikan semangat dan bersama-sama berjuang dalam menyelesaikan tugas akhir demi memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

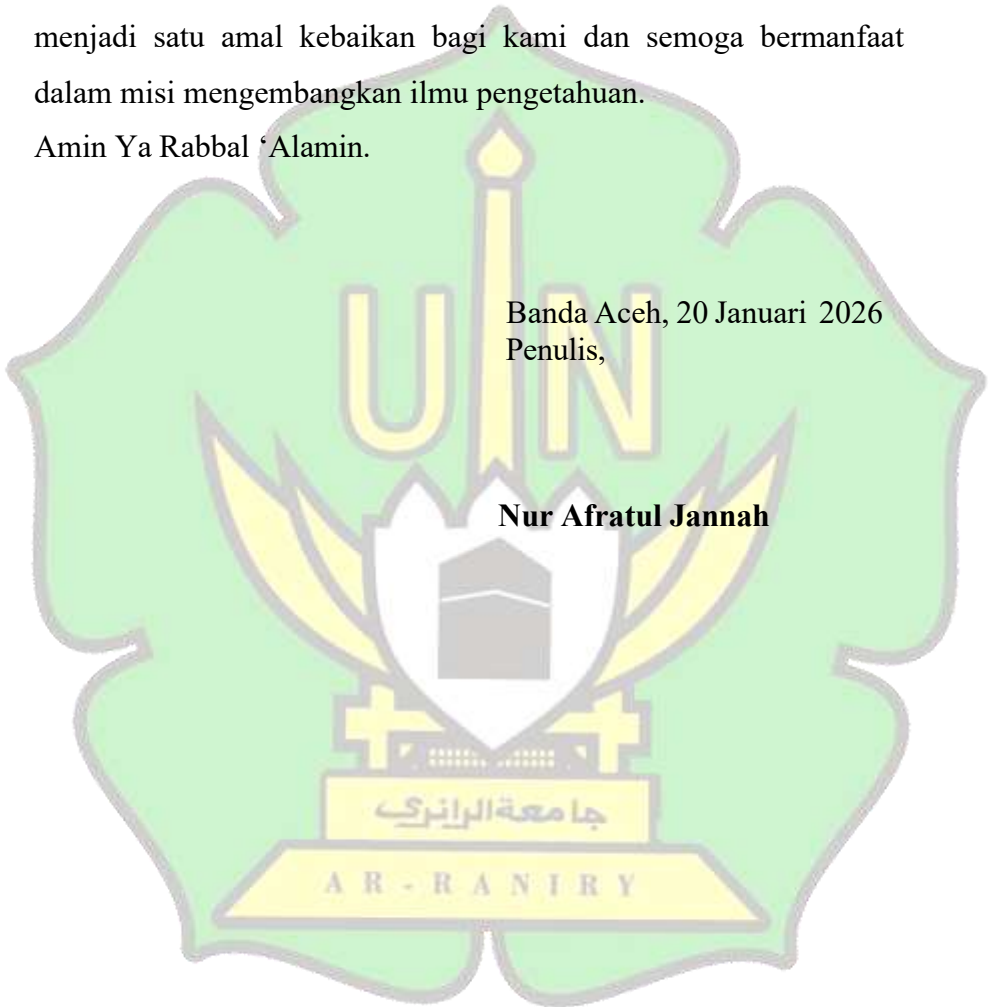
Semoga segala jasa bantuan, motivasi dan arahan yang diberikan dapat menjadi amalan yang baik dan pahala sehingga memperoleh balasan yang layak dan lebih baik dari Allah SWT. Penulis menyadari penelitian ini masih jauh dari kata sempurna.

Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang membangun agar penelitian ini mampu menjadi yang lebih baik dan bermanfaat di masa yang akan datang.

Akhir kata kita berdoa kehadiran Allah SWT agar penelitian ini menjadi satu amal kebaikan bagi kami dan semoga bermanfaat dalam misi mengembangkan ilmu pengetahuan.
Amin Ya Rabbal 'Alamin.

Banda Aceh, 20 Januari 2026
Penulis,

Nur Afratul Jannah



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K Nomor:
158 Tahun 1987 –Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	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	Ḍ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	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 harakat, 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
◌َ يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌َ وَّ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

Kaifa : كيف
Haula : هول

3. *Maddah*

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اِي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
ي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
ي	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

qāla : قَالٌ
ramā : رَمِي
qīla : قِيلٌ
yaqūlu : يَقُولٌ

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/ raudatulatfāl:

رَوْضَةُ الْوَالِدِيْنَ

al-Madīnah al-Munawwarah/:

الْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّارَةُ

Talḥah:

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 Mahasiswa : Nur Afratul Jannah
Nim : 220602082
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Literasi Keuangan Syariah Digital Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kabupaten Aceh Besar)
Pembimbing 1 : Fithriady, Lc., M.A., Ph.D,
Pembimbing 2 : Mursalmina, M.E.

Perkembangan layanan perbankan digital, khususnya *mobile banking*, semakin pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan transaksi yang cepat dan praktis, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Namun tingkat pemanfaatan *mobile banking* masih dipengaruhi oleh kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital yang dimiliki pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Besar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, baik secara parsial maupun simultan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan serta penguatan literasi keuangan syariah digital menjadi factor penting dalam mendorong adopsi *mobile banking* di kalangan UMKM.

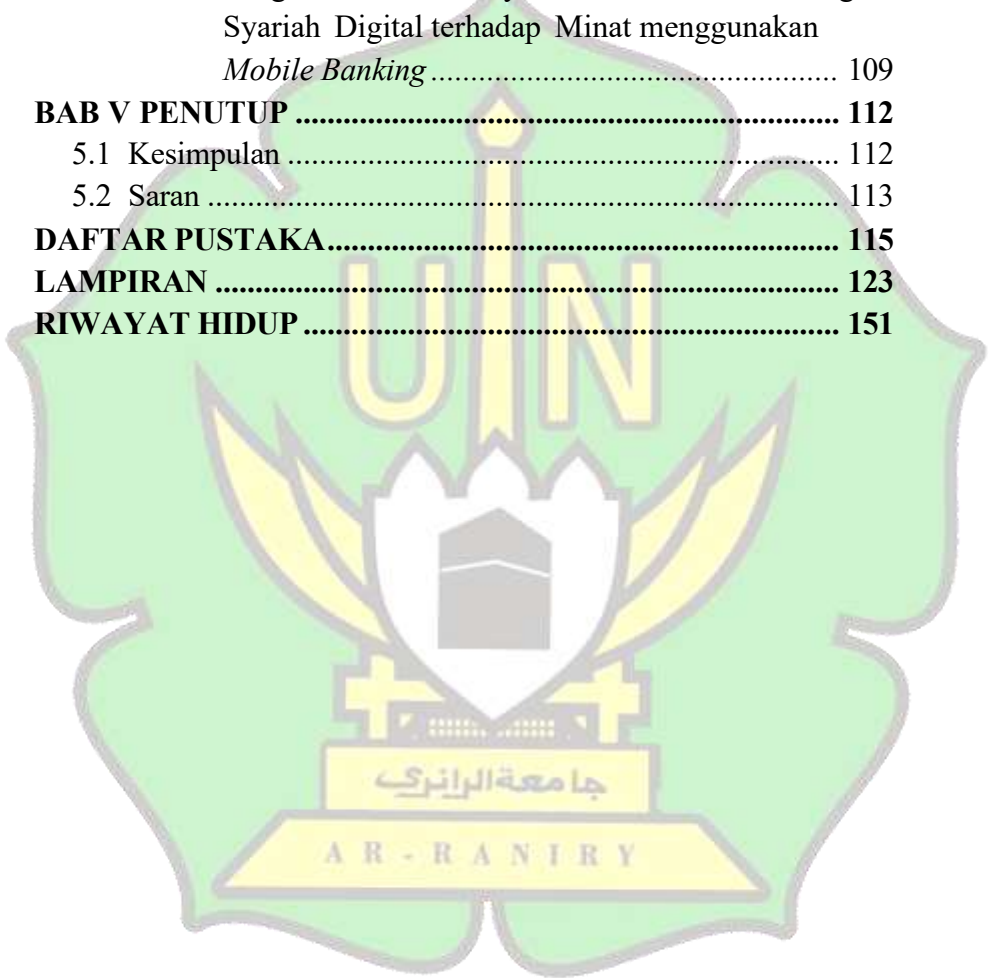
Kata Kunci: Kualitas Layanan, Literasi Keuangan Syariah Digital, Minat Menggunakan *Mobile Banking*, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

DAFTAR ISI

PERYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	v
FORM PERYATAAN PERSETUJUAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN.....	xi
ABSTRAK.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORITIS	17
2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Berencana) .	17
2.1.1 Pengertian <i>Theory of Planned Behavior</i>	17
2.1.2 Indikator <i>Theory Planned Of Behavior</i>	18
2.2 <i>Theory Acceptance Model</i> (TAM)	20
2.3 Kualitas Layanan.....	22
2.3.1 Pengertian Kualitas	22
2.3.2 Pengertian Layanan	23
2.3.3 Pengertian Kualitas Layanan	23
2.3.4 Indikator Kualitas Layanan.....	24
2.4 Literasi Keuangan Syariah Digital.....	28
2.4.1 Pengertian Literasi.....	28
2.4.2 Literasi Keuangan.....	31
2.4.3 Pengertian Literasi Keuangan Syariah Digital.....	33
2.4.4 Landasan Hukum Literasi Keuangan Syariah	

3.7	Teknik Analisis Data.....	76
3.7.1	Outer Model (Pengukuran Model)	76
3.7.2	Uji Inner Model (Model Struktural)	78
3.8	Uji Hipotesis.....	79
3.8.1	Uji Parsial (Uji T).....	79
3.8.2	Uji Simultan (Uji F).....	79
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		81
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	81
4.2	Gambaran Umum Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	83
4.2.1	Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	83
4.2.2	Visi dan Misi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	84
4.3	Gambaran Umum Responden.....	85
4.4	Karakteristik Responden	86
4.4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	86
4.4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	87
4.4.3	Karakteristik Berdasarkan Jenis Usaha	88
4.4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berdirinya Usaha	88
4.4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	89
4.5	Karakteristik Responden	91
4.5.1	Variabel Kualitas Layanan (X_1)	91
4.5.2	Variabel Literasi Keuangan Syariah digital (X^2)....	92
4.5.3	Variabel Minat Menggunakan Mobile Banking (Y)	93
4.6	Hasil Uji Intrument Penelitian.....	95
4.6.1	Perencanaan Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	95
4.6.2	Perencanaan Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	102
4.7	Pengujian Hipotesis.....	103
4.7.1	Uji Parsial (Uji t).....	103
4.7.2	Uji Simultan (F)	105

4.8 Pembahasan.....	106
4.8.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	106
4.8.2 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Digital terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	107
4.8.3 Pengaruh Kualitas Layanan dan Literasi Keuangan Syariah Digital terhadap Minat menggunakan <i>Mobile Banking</i>	109
BAB V PENUTUP	112
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran	113
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN	123
RIWAYAT HIDUP	151

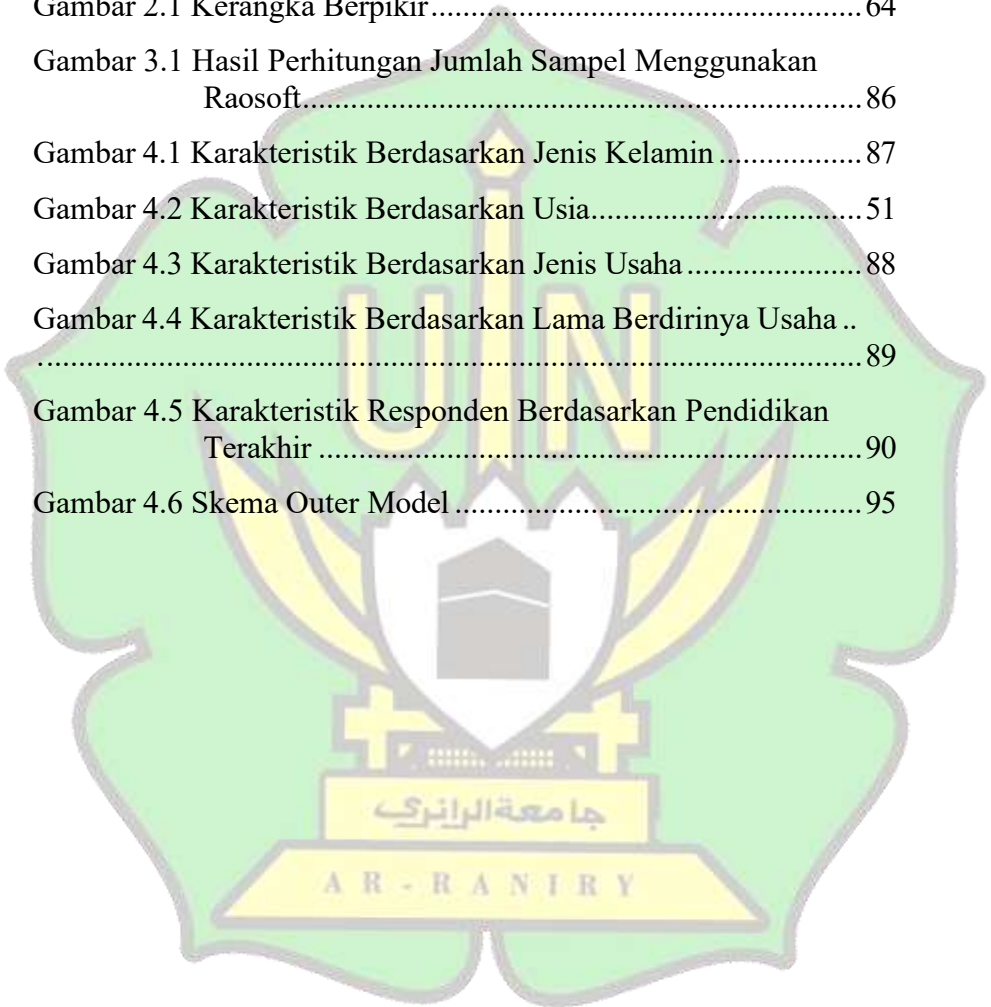


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terkait.....	54
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert.....	73
Tabel 3.2 Operasional Variabel	74
Tabel 4.1 Karakteristik Jawaban Kualitas Layanan (X1)	91
Tabel 4.2 Karakteristik Jawaban Literasi Keuangan Syariaiah Digital (X2).....	92
Tabel 4.3 Karakteristik Jawaban Minat Menggunakan Mobile Banking (Y).....	93
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Outer Model	95
Tabel 4.5 Data Hasil Pengujian Convergen Validity menggunakan Outer Loading	97
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Convergen Validity menggunakan AVERAGE Variance Extraxted	98
Tabel 4.7 Data Hasil Pengujian Dicriminant Validity berdasarkan Cross Loading	100
Tabel 4.8 Data Hasil Pengujian Composite Realibility Berdasarkan Cross Loading	101
Tabel 4.9 Ringkasan Data Hasil Pengujian Outer Mode	102
Tabel 4.10 Data Hasil Pengujian Inner Model berdasarkan R-Square.....	103
Tabel 4.11 Data Hasil Uji Hipotesis	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Volume Transaksi Mobile Banking di Indonesia (Juni 2024–Juni 2025).....	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	64
Gambar 3.1 Hasil Perhitungan Jumlah Sampel Menggunakan Raosoft.....	86
Gambar 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	87
Gambar 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	51
Gambar 4.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Usaha	88
Gambar 4.4 Karakteristik Berdasarkan Lama Berdirinya Usaha	89
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	90
Gambar 4.6 Skema Outer Model	95



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi digital saat ini berlangsung sangat pesat dan membawa dampak besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Transformasi digital telah menjadi ciri utama era Revolusi Industri 4.0, di mana teknologi mendorong perubahan mendasar dalam pola hidup masyarakat dan model bisnis. Salah satu sektor yang mengalami perubahan signifikan adalah industri keuangan, khususnya melalui perkembangan teknologi finansial (*fintech*) (Winasis, 2020). Perkembangan *finansial technology* (*fintech*) membawa perubahan besar pada struktur industri perbankan global termasuk di Indonesia. Transaksi finansial yang sebelumnya didominasi oleh metode konvensional kini bertransformasi ke arah digital, menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi. *Mobile banking* menjadi salah satu inovasi penting yang memungkinkan nasabah mengakses layanan perbankan kapan saja dan di mana saja melalui perangkat seluler (Shaikh & Karjaluoto, 2015). Melalui layanan *mobile banking*, nasabah dapat melakukan berbagai aktivitas perbankan tanpa harus datang ke kantor cabang. Beberapa contoh jasa yang tersedia antara lain pengecekan saldo, transfer dana antar rekening baik dalam maupun antar bank, pembayaran tagihan seperti listrik, air, dan pulsa, pembelian produk digital, hingga pengajuan pembiayaan secara online. Selain itu, *mobile banking*

juga menyediakan fitur-fitur tambahan seperti mutasi rekening, pengaturan limit transaksi, pemblokiran kartu, serta layanan *customer service* berbasis chat.

Gambar 1.1

**Volume Transaksi Mobile Banking di Indonesia (Juni 2024–
Juni 2025)**



**Sumber: Volume Transaksi Mobile Banking di Indonesia (Juni 2024–
Juni 2025)**

Berdasarkan data terbaru dari Bank Indonesia (BI) yang dikutip oleh Databoks (2025), volume transaksi *mobile banking* di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan selama periode Juni 2024 hingga Juni 2025. Pada Juni 2025, jumlah transaksi mencapai 2,29 miliar, meningkat sebesar 27,68% dibandingkan Juni 2024. Peningkatan tertinggi terjadi pada bulan Maret 2025, bertepatan dengan momentum Ramadhan dan Idul Fitri, dengan kenaikan sebesar 20,21% dari bulan sebelumnya. Tren ini menunjukkan bahwa penggunaan layanan *mobile banking* semakin menjadi bagian dari aktivitas keuangan masyarakat Indonesia. Pertumbuhan

ini juga mencerminkan meningkatnya kepercayaan dan ketergantungan masyarakat terhadap layanan perbankan digital yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam bertransaksi.

Perkembangan bank digital menghadirkan layanan keuangan yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam bertransaksi, salah satunya melalui pemanfaatan aplikasi *mobile banking*. Meskipun demikian, berbagai penelitian menunjukkan bahwa adopsi layanan *mobile banking* di kalangan nasabah masih menghadapi sejumlah hambatan. Hambatan tersebut meliputi keterbatasan pemahaman teknologi serta faktor psikologis, seperti rendahnya tingkat kepercayaan terhadap keamanan transaksi digital. Isu keamanan, khususnya risiko pencurian data, juga menjadi tantangan utama yang dapat menghambat minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*, meskipun tingkat kemudahan penggunaan aplikasi dinilai relatif tinggi oleh sebagian responden.

Minat merupakan suatu kondisi psikologis yang ditandai dengan adanya ketertarikan, perhatian, atau keinginan yang kuat terhadap suatu objek atau aktivitas, yang selanjutnya mendorong individu untuk melakukan tindakan guna mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks adopsi teknologi, minat menggunakan *mobile banking* dapat dipahami sebagai kecenderungan nasabah untuk memanfaatkan aplikasi tersebut dengan harapan memperoleh kemudahan, kenyamanan, serta kepuasan terhadap fitur-fitur yang

ditawarkan (Badaruddin & Risma, 2021). Namun, minat ini tidak muncul secara otomatis, melainkan dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap berbagai atribut layanan yang tersedia.

Minat ini tidak muncul dengan sendirinya, melainkan dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap berbagai atribut layanan. Menurut teori yang dikemukakan oleh Davis (1989) *Technology Acceptance Model* (TAM), minat penggunaan (*behavioral intention to use*) secara kuat dipengaruhi oleh keyakinan pengguna akan kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dari teknologi tersebut. Artinya, ketika masyarakat melihat *mobile banking* sebagai sesuatu yang bermanfaat dan mudah digunakan, minat untuk menggunakannya akan semakin tinggi. Selain persepsi kegunaan dan kemudahan, minat dalam kepuasan pengguna terhadap *mobile banking* juga sangat ditentukan oleh kualitas layanan (*service quality*) yang dirasakan. Kualitas layanan merupakan hasil penelitian konsumen yang membandingkan antara layanan yang mereka terima (*perceived service*) dan layanan yang mereka harapkan (*expected service*) (Nawang Sari & Widiastuti, 2018). Dalam konteks *mobile banking*, kualitas layanan sering diukur melalui dimensi-dimensi seperti keandalan (*reliability*) sistem dalam melakukan transaksi dengan akurat, daya tanggap (*responsiveness*) aplikasi dalam merespons perintah dengan cepat, jaminan keamanan (*assurance*) data dan transaksi, serta desain antarmuka (*empathy*) yang mudah dipahami dan dinavigasi.

oleh pengguna (Loonam & O'Loughlin, 2008). Oleh karena itu, penyedia layanan *mobile banking* harus terus-menerus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanannya untuk memenuhi bahkan melampaui harapan pengguna, yang pada akhirnya akan memperkuat minat dan loyalitas mereka.

Perkembangan *mobile banking* membawa berbagai manfaat, seperti peningkatan kenyamanan, efisiensi waktu, dan kemudahan akses. Namun, di sisi lain, layanan ini juga menghadirkan tantangan, seperti perlunya jaminan keamanan sistem dan literasi digital yang memadai di kalangan masyarakat. Persepsi pengguna terhadap aspek keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan menjadi faktor penting dalam mendorong adopsi *mobile banking* (Mubarokah, 2019). Dalam konteks perbankan syariah, layanan *mobile banking* dirancang agar sesuai dengan prinsip-prinsip Islam seperti larangan riba, gharar, dan maysir. Dengan tetap mengedepankan prinsip syariah, layanan ini menjadi pilihan menarik bagi masyarakat Muslim yang ingin mengelola keuangan secara digital tanpa bertentangan dengan nilai-nilai agama. Transformasi digital di sektor ini menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing perbankan syariah sekaligus memberikan alternatif layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan umat (Rahmania, *et.al* 2025).

Berdasarkan data terbaru dari Bank Indonesia yang dikutip oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), nilai transaksi digital perbankan yang dilakukan melalui *proprietary channel* yakni

saluran pembayaran digital eksklusif milik perbankan seperti *phone banking*, *SMS banking*, *mobile banking*, dan *internet banking* mencapai Rp 87 kuadriliun per Desember 2024, meningkat sebesar 50,6% dibandingkan tahun sebelumnya. Lonjakan ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin aktif memanfaatkan layanan digital perbankan dalam aktivitas keuangannya. Fakta ini memperkuat pentingnya peningkatan kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital agar pemanfaatan teknologi keuangan dapat lebih optimal dan inklusif di seluruh lapisan masyarakat (Otoritas Jasa Keuangan, 2025).

Selain itu, berdasarkan data terbaru dari OJK dan Bank Indonesia, pada tahun 2024 diperkirakan sebagian besar masyarakat Indonesia telah mengadopsi transaksi tanpa kartu (*cardless*), terutama yang berbasis QRIS. Ledakan adopsi ini didorong oleh standarisasi QRIS yang diterima secara universal oleh bank dan dompet digital. Fenomena ini menandai pergeseran perilaku masyarakat menuju sistem pembayaran digital yang lebih efisien, cepat, dan inklusif, serta menunjukkan semakin kuatnya integrasi teknologi dalam layanan keuangan nasional. Namun, kemajuan ini juga menuntut kesiapan masyarakat dalam memahami dan memanfaatkan layanan keuangan digital secara tepat, termasuk di sektor perbankan syariah (Bank Indonesia, 2024).

Meski perkembangan teknologi keuangan syariah berlangsung sangat cepat, masih terdapat kesenjangan yang cukup

besar dalam tingkat literasi keuangan syariah di masyarakat. Literasi keuangan mencakup pemahaman terhadap konsep keuangan, kemampuan untuk memahami komunikasi yang berkaitan dengan keuangan, keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi maupun usaha, serta kemampuan mengambil keputusan finansial pada berbagai situasi (Djuwita & Yusuf, 2018). Berdasarkan data dari OJK tahun 2025, tingkat literasi keuangan syariah di Indonesia masih relatif rendah, yaitu sekitar 10,25%, sementara tingkat inklusi keuangannya mencapai 13,50%. Angka ini jauh tertinggal dibandingkan dengan literasi keuangan nasional yang telah mencapai 70,89% dan inklusi keuangan nasional sebesar 83,61%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang belum memahami produk dan layanan keuangan syariah, terutama yang berbasis digital (Otoritas Jasa Keuangan, 2025).

Permasalahan rendahnya literasi keuangan syariah tidak hanya terjadi pada level nasional, tetapi juga dirasakan hingga ke tingkat daerah. Aceh, sebagai provinsi yang mayoritas penduduknya beragama Islam, memiliki potensi besar dalam pengembangan layanan keuangan syariah digital. Namun, rendahnya literasi di kalangan masyarakat, khususnya pelaku usaha, dapat menjadi hambatan dalam pemanfaatan *mobile banking* secara optimal. Dalam konteks ini, penting untuk meninjau kondisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Aceh yang memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah (Saputra,

2022).

Peran UMKM di Provinsi Aceh sangat krusial dalam perekonomian daerah. Menurut data dari Dinas Koperasi dan UMKM Aceh, jumlah UMKM di provinsi ini telah mencapai 624.477 unit usaha, yang terdiri dari usaha mikro, 1.839 usaha kecil, dan 288 usaha menengah. Sebagian besar pelaku UMKM ini terdistribusi di wilayah pesisir timur dan kawasan sekitar ibu kota provinsi, termasuk Aceh Besar, yang memiliki potensi signifikan dalam sektor perdagangan dan industri kreatif (PL-KUMKM, 2024).

Aceh Besar, salah satu kabupaten di Provinsi Aceh, memiliki luas wilayah sekitar 2.969 km². Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Aceh Besar tahun 2024, jumlah penduduknya mencapai 439.298 jiwa. Kabupaten ini terdiri dari 23 kecamatan. Dalam konteks pengembangan ekonomi lokal, Aceh Besar memiliki potensi yang signifikan, terutama dengan banyaknya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beroperasi di daerah ini. Tercatat terdapat sekitar 58.091 usaha mikro, 62 usaha kecil, dan 13 usaha menengah. Dengan konsentrasi UMKM yang tinggi di seluruh kecamatan, penerapan kualitas layanan keuangan syariah digital, seperti *mobile banking*, menjadi langkah strategis untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Seiring dengan transformasi digital di sektor perbankan, perhatian terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah terus meningkat. UMKM merupakan sektor yang

memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional, baik dalam hal penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, maupun penguatan ekonomi lokal (Husna, 2024).

Di Indonesia, UMKM memegang peranan strategis dalam pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Namun, banyak pelaku UMKM yang masih kesulitan mendapatkan akses pembiayaan dari lembaga keuangan konvensional. Oleh karena itu, sektor perbankan syariah menjadikan UMKM sebagai salah satu fokus utama dalam penyaluran pembiayaan, terutama melalui produk-produk digital seperti *mobile banking*. Inisiatif ini diharapkan dapat memperluas akses keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah bagi pelaku usaha kecil, sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi nasional melalui transformasi digital yang adil dan merata.

Penerapan teknologi keuangan ini dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM dan memberikan aksesibilitas yang lebih baik terhadap pembiayaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, Aceh Besar memiliki peluang besar untuk memanfaatkan layanan keuangan digital guna mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan Masyarakat.

Penelitian mengenai kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital terhadap minat menggunakan *mobile banking* telah dilakukan oleh beberapa penelitian sebelumnya dengan objek nasabah, masyarakat umum, maupun UMKM. Adapun perbedaan

(GAP) penelitian ini terletak pada fokus objek penelitian, yaitu UMKM Kabupaten Aceh Besar di Kecamatan Darussalam dan Baitussalam, serta variabel dependen yang diteliti adalah minat menggunakan *mobile banking*. Selain itu, penelitian ini juga menambahkan indikator yang lebih rinci pada setiap variabel. Pada variabel kualitas layanan, indikator yang digunakan meliputi kenyamanan, keamanan, kemudahan, desain aplikasi, dan sistem aplikasi. Pada variabel literasi keuangan syariah digital, indikator yang diteliti mencakup pengetahuan, kemampuan, sikap, dan kepercayaan diri. Sementara itu, pada variabel minat menggunakan *mobile banking*, indikator yang digunakan terdiri dari kemudahan, kemanfaatan, minat pada objek yang diminati, kecenderungan untuk menggunakan, dan merasa bahagia.

Beberapa studi sebelumnya mendukung adanya pengaruh antara kualitas layanan, literasi keuangan syariah, dan minat menggunakan *mobile banking*. Penelitian oleh Putri (2022) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Selanjutnya, Yasin (2021) menemukan bahwa layanan digital perbankan syariah, seperti *m-banking* dan *i-banking*, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan syariah generasi milenial di Kudus. Hasil penelitian Nurrohmah dan Purbayati (2020) juga mengungkapkan bahwa literasi keuangan syariah serta tingkat kepercayaan masyarakat memberikan pengaruh positif terhadap minat menabung pada bank syariah. Temuan tersebut diperkuat

oleh penelitian Ichsan (2023) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan digital syariah berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan layanan *e-banking* syariah.

Dengan memperhatikan uraian di atas, dapat dipahami bahwa keberhasilan penerapan layanan *mobile banking* sangat dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital. Kualitas layanan berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan, kepercayaan, serta kenyamanan pengguna ketika melakukan transaksi melalui aplikasi *mobile banking*. Layanan yang andal, mudah diakses, dan memberikan keamanan yang tinggi akan meningkatkan persepsi positif pengguna terhadap sistem perbankan syariah berbasis digital. Di sisi lain, literasi keuangan syariah digital menjadi aspek fundamental dalam membentuk pemahaman dan sikap masyarakat terhadap penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah digital seseorang, maka semakin besar kemampuannya dalam memahami fitur, manfaat, serta risiko dari layanan *mobile banking* syariah secara bijak dan sesuai syariat.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, dapat disimpulkan bahwa perkembangan layanan *mobile banking* syariah yang pesat belum sepenuhnya diimbangi dengan tingkat literasi keuangan syariah digital dan kualitas layanan yang dirasakan secara optimal oleh seluruh lapisan masyarakat, khususnya pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM di

Kabupaten Aceh Besar, terutama di Kecamatan Darussalam dan Baitussalam, memiliki peran strategis dalam perekonomian daerah namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam pemanfaatan layanan perbankan digital syariah. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji secara empiris pengaruh kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada UMKM, guna memberikan kontribusi akademis serta rekomendasi praktis bagi perbankan syariah dan pemangku kepentingan dalam meningkatkan inklusi keuangan digital yang berkelanjutan dan sesuai dengan prinsip syariah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian dapat disusun sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Besar?
2. Apakah literasi keuangan syariah digital berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Besar?
3. Apakah kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Besar?

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis:

1. Pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap minat penggunaan oleh pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Besar.
2. Pengaruh literasi keuangan syariah digital memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Besar dalam menggunakan *mobile banking*.
3. Pengaruh secara simultan kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Besar.

1.4 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian memiliki manfaat, maka manfaat dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Memperkaya khazanah literatur akademik
Penelitian ini dapat memperkaya khazanah literatur tentang pemanfaatan digital dalam layanan keuangan syariah khususnya terkait pengaruh kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
2. Penguatan teori adopsi teknologi dalam perbankan syariah
Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat dan mengembangkan penerapan teori adopsi teknologi, khususnya *Technology Acceptance Model (TAM)*, dalam konteks layanan

mobile banking syariah pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Penelitian ini dapat memberikan masukan perbaikan terhadap lembaga keuangan syariah dalam penyediaan aplikasi *mobile banking* dengan fokus pada aspek kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital guna meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat.

2. Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku UMKM dalam memahami penggunaan *mobile banking* syariah secara lebih baik, baik dari sisi manfaat, kemudahan, maupun keamanan, sehingga dapat dimanfaatkan secara optimal untuk mendukung aktivitas usaha sesuai dengan prinsip syariah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan praktis bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan layanan mobile banking syariah, khususnya dalam pengembangan kajian yang berfokus pada peningkatan minat penggunaan layanan digital pada sektor UMKM.

1.5 Sistematika Pembahasan

Untuk memastikan bahwa penulisan penelitian ini terstruktur dengan baik dan sesuai dengan kaidah penulisan yang berlaku, penulis akan menyajikan sistematika penulisan yang jelas. Adapun

sistematika penulisan dalam penelitian ini terbagi menjadi 5 bab yaitu sebagai berikut:

BAB I: Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penulisan dan sistematika penulisan. Latar belakang masalah menjelaskan alasan perlunya penelitian ini dilakukan serta menguraikan inti permasalahan yang diangkat sebagai topik

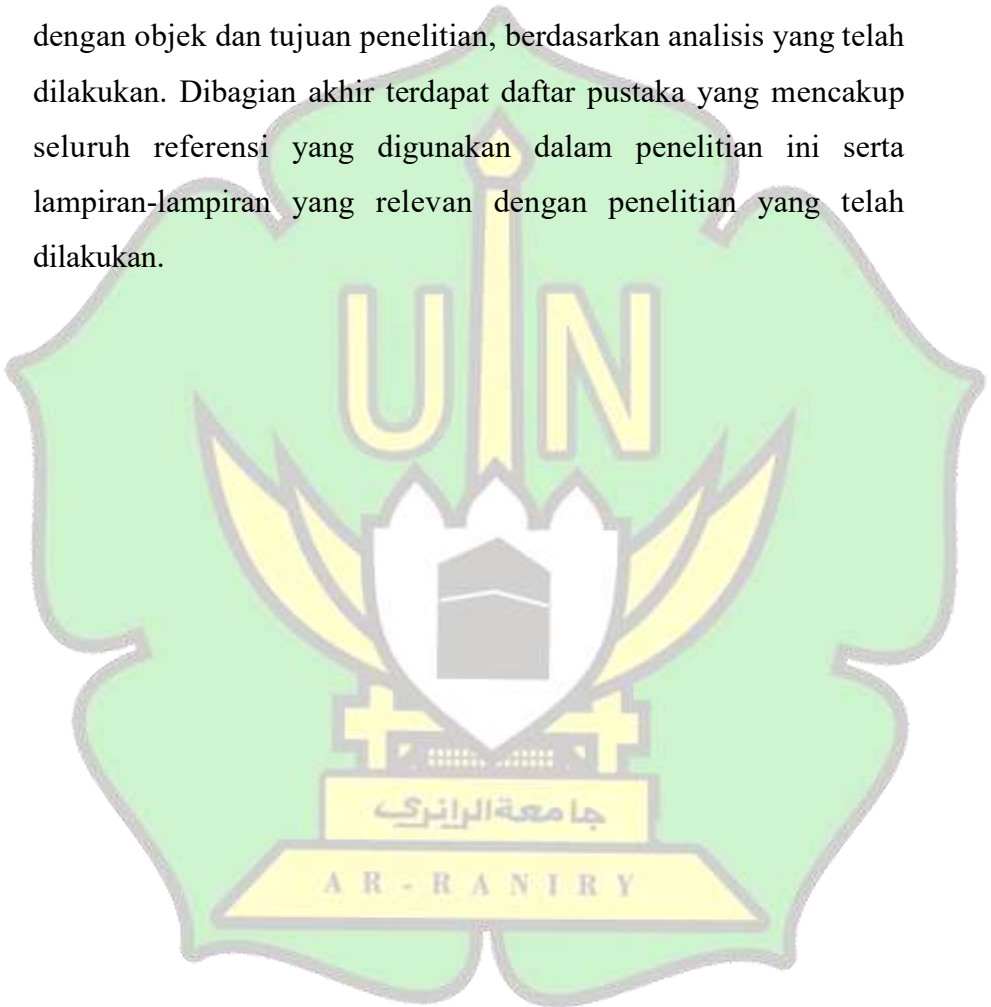
Penelitian, yang pada akhirnya akan menghasilkan tujuan dan manfaat dari penelitian yang dilaksanakan.

BAB II: Dalam bab ini, berisi tentang teori, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian. Landasan teori pada bab ini menjelaskan teori-teori yang relevan dengan penelitian ini. Teori-teori tersebut berfungsi sebagai penguat dalam menganalisis pengaruh kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*.

BAB III: Pada bab ini, menjelaskan tentang metode penelitian seperti termasuk jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, definisi dan operasional variabel, metode analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV: Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan. Hal yang dimuatkan dalam bab ini berupa hasil proses analisis dan pengujian hipotesisnya serta hasil analisis dan pembahasan secara mendalam tentang hasil temuan.

BAB V: Bab ini berisi kesimpulan penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah diajukan, serta keterbatasan penelitian. Selain itu, bab ini juga menyampaikan saran dari penulis yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait dengan objek dan tujuan penelitian, berdasarkan analisis yang telah dilakukan. Dibagian akhir terdapat daftar pustaka yang mencakup seluruh referensi yang digunakan dalam penelitian ini serta lampiran-lampiran yang relevan dengan penelitian yang telah dilakukan.



BAB II

LANDASAN TEORITIS

2.1 *Theory of Planned Behavior* (Teori Perilaku Berencana)

2.1.1 Pengertian *Theory of Planned Behavior*

Theory of Planned Behavior (TPB) atau yang dikenal sebagai teori perilaku terencana, secara bahasa terdiri dari kata *theory* yang dalam bahasa Inggris berarti kerangka konseptual yang digunakan untuk memahami, menjelaskan, atau memprediksi fenomena tertentu. Selanjutnya, kata *planned* berarti direncanakan, yang menunjukkan bahwa suatu tindakan dilakukan dengan persiapan atau perencanaan sebelumnya. Sementara itu, kata *behavior* berarti perilaku, yang mengacu pada tindakan atau respons seseorang terhadap suatu situasi. Lebih lanjut, Puspitasari (2024) menjelaskan bahwa *Theory of Planned Behavior* merupakan sebuah teori yang menitikberatkan pada faktor-faktor yang memengaruhi individu dalam mengambil suatu tindakan serta menjelaskan perilaku manusia secara umum. Teori ini dibangun atas asumsi dasar bahwa manusia bertindak secara sadar dan mempertimbangkan informasi yang tersedia sebelum mengambil keputusan. Selain itu, asumsi utama teori ini adalah bahwa individu mampu bersikap rasional dalam mengevaluasi tindakan yang akan diambil beserta konsekuensi yang mungkin timbul dari tindakan tersebut (Puspitasari, 2024).

Theory of Planned Behavior merupakan hasil pengembangan dari teori sebelumnya, yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA),

yang pertama kali diperkenalkan oleh dua ahli psikologi, Icek Ajzen dan Martin Fishbein, pada tahun 1975. Selanjutnya, pada tahun 1985, Ajzen menyempurnakan teori ini dengan menambahkan variabel *perceived behavioral control* (PBC) sebagai salah satu faktor penting yang memengaruhi perilaku individu. Menurut Ajzen, terdapat tiga faktor yang dapat memprediksi niat seseorang untuk berperilaku, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi pengendalian diri (*perceived behavioral control*) (Lestari *et al.*, n.d.). *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa niat merupakan faktor utama yang memengaruhi perilaku individu. Niat ini menunjukkan motivasi seseorang dalam melakukan suatu tindakan, baik dari segi seberapa besar keinginannya untuk mencoba maupun sejauh mana upaya yang akan dikerahkan untuk melaksanakan perilaku tersebut. Secara umum, semakin kuat niat yang dimiliki seseorang, maka semakin besar pula kemungkinan perilaku tersebut akan terwujud.

Dengan demikian, *Theory of Planned Behavior* atau teori perilaku terencana yang sering digunakan sebagai landasan teori keperilakuan menjadi acuan dalam penelitian ini, karena penelitian ini mengkaji perilaku keuangan.

2.1.2 Indikator *Theory Planned Of Behavior*

Menurut Icek Ajzen (1991), *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa niat berperilaku individu dipengaruhi oleh tiga

konstruk utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Sikap terhadap perilaku berkaitan dengan keyakinan individu mengenai konsekuensi dari suatu tindakan, norma subjektif merefleksikan persepsi individu terhadap tekanan sosial dari pihak-pihak yang dianggap penting, sedangkan persepsi kontrol perilaku menunjukkan sejauh mana individu merasa mampu mengendalikan atau melaksanakan suatu perilaku berdasarkan ketersediaan sumber daya dan kesempatan yang dimiliki. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Purwanto *et al.* (2022) yang menunjukkan bahwa ketiga konstruk tersebut berperan signifikan dalam membentuk niat berperilaku individu.

1. Sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*) merujuk pada keyakinan individu mengenai konsekuensi yang akan timbul dari suatu tindakan, yang dikenal sebagai *behavioral beliefs*. Keyakinan ini berkaitan dengan penilaian subjektif individu terhadap lingkungannya. Pemahaman seseorang mengenai diri dan lingkungannya terbentuk melalui proses menghubungkan suatu perilaku dengan manfaat atau kerugian yang mungkin diperoleh ketika ia memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut.
2. Norma subjektif (*subjective norm*) merujuk pada persepsi individu terhadap harapan atau pandangan orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupannya (*significant others*) terkait dengan keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan

suatu tindakan tertentu. Karena bersifat subjektif, persepsi ini sangat dipengaruhi oleh penilaian individu terhadap tekanan sosial dari lingkungan sekitarnya.

3. Persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) merupakan keyakinan individu mengenai ketersediaan sumber daya, seperti peralatan, kompetensi, kompatibilitas, dan kesempatan, yang dapat mendukung maupun menghambat pelaksanaan suatu perilaku. Tingkat ketersediaan sumber daya tersebut akan menentukan sejauh mana individu merasa memiliki kemampuan untuk mengendalikan atau melaksanakan perilaku yang diprediksi.

2.2 Theory Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan suatu model yang dikembangkan oleh Fred Davis pada tahun 1989 untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi informasi. Sebagai adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), TAM dirancang secara khusus untuk memodelkan penerimaan teknologi informasi dalam konteks organisasi (Davis, 1989).

Technology Acceptance Model (TAM) dirancang untuk menjelaskan proses penerimaan dan penggunaan teknologi informasi oleh pengguna. Model ini menekankan pada pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi individu dalam mengadopsi teknologi baru, baik berupa sistem informasi manajemen maupun perangkat lunak. Tujuan utama *Technology*

Acceptance Model (TAM) adalah memberikan penjelasan yang komprehensif mengenai sejauh mana manfaat yang dirasakan dari penggunaan teknologi dapat mendorong sikap positif serta keputusan pengguna untuk menerima dan memanfaatkan teknologi informasi tersebut (Utamie & Mia Selvina, 2024). Secara konseptual, TAM menekankan pada dua faktor utama, yaitu :

1. *Perceived Ease of Use* (Kemudahan Penggunaan) (Kemudahan Penggunaan) Mengacu pada keyakinan individu bahwa suatu teknologi mudah dipahami dan dioperasikan. Jika pengguna merasa teknologi mudah digunakan, hal ini tidak hanya meningkatkan niat untuk menggunakannya, tetapi juga memperkuat persepsi bahwa teknologi tersebut bermanfaat (*perceived usefulness*).
2. *Perceived usefulness* (*persepsi kegunaan*) Menggambarkan sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja atau produktivitasnya. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan, semakin positif sikap individu terhadap penggunaan teknologi tersebut.

Kedua faktor ini memengaruhi sikap, niat, serta perilaku individu dalam menggunakan teknologi. Melalui kerangka ini, peneliti dapat menilai potensi keberhasilan serta tingkat penerimaan suatu teknologi baru dengan mempertimbangkan aspek manfaat dan kemudahan penggunaannya (Utamie & Mia Selvina, 2024; Venkatesh & Davis, 2000).

2.3 Kualitas Layanan

2.3.1 Pengertian Kualitas

Menurut Kamus Bahasa Indonesia (KBBI) Kualitas dapat diartikan sebagai tingkat buruknya sesuatu, kadar sesuatu, derajat, atau taraf sesuatu. Kata ini menunjukkan ukuran relatif terhadap seberapa baik atau buruk sebuah objek, produk, atau hal tertentu.

Menurut Juharni (2017), kualitas diartikan sebagai sifat atau karakteristik yang membedakan suatu objek dengan objek lainnya. Dalam konteks perusahaan, kualitas produk memegang peranan penting karena berfungsi sebagai simbol kepercayaan yang bernilai di mata konsumen. Kualitas dapat dipahami sebagai keseluruhan atribut dan karakteristik yang melekat pada suatu produk maupun layanan, yang menentukan sejauh mana produk atau layanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Suatu produk atau layanan dikategorikan bermutu apabila mampu memberikan manfaat sesuai dengan harapan serta ekspektasi pengguna atau konsumen (Revita & Suharto, 2021).

2.3.2 Pengertian Layanan

Layanan secara bahasa merujuk pada perbuatan melayani atau memberikan bantuan kepada orang lain. Dalam pengertian istilah, layanan tidak hanya sekadar memberikan pelayanan, melainkan juga merupakan upaya untuk membangun kerja sama jangka panjang yang didasarkan pada prinsip saling menguntungkan.

Menurut Kotler pelayanan merupakan setiap bentuk tindakan atau aktivitas yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, yang

hakikatnya bersifat tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan tertentu. Pelayanan dapat juga dipahami sebagai perilaku yang ditunjukkan produsen ke konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan, dengan tujuan akhir tercapainya kepuasan konsumen (Putri, 2022).

2.3.3 Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan oleh pelanggan serta upaya pengendalian untuk memenuhi harapan tersebut (Vahlevi & Indra Vitaharsa, 2022). Secara umum, kualitas layanan didefinisikan sebagai sejauh mana suatu pelayanan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen (Andriyani & Ardianto, 2020). Dalam strategi bisnis, konsep ini menjadi krusial untuk mempertahankan daya saing perusahaan, dimana layanan yang berkualitas dapat mendorong pembelian ulang, memperkuat loyalitas pelanggan, dan menciptakan nilai diferensiasi.

Dalam konteks layanan digital perbankan, kualitas layanan berevolusi menjadi kemampuan suatu layanan elektronik seperti *mobile banking* dalam memfasilitasi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan secara efektif, efisien, dan aman. Penilaian terhadap kualitas ini terjadi setelah nasabah mengalami dan mengevaluasi layanan yang diberikan.

Landasan penyelenggaraan layanan digital di Indonesia diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui Panduan Penyelenggaraan Digital Branch. OJK menjelaskan bahwa layanan

digital mencakup seluruh jasa yang dapat diakses secara mandiri oleh nasabah melalui media elektronik atau digital yang disediakan oleh bank. Lebih lanjut, POJK tentang Lembaga Keuangan Digital (LKD) menyebutkan berbagai bentuk layanan elektronik, seperti *Automated Teller Machine (ATM)*, internet banking, dan *mobile banking*, yang berfungsi sebagai sarana distribusi produk dan jasa perbankan kepada nasabah (Nasir Tajul Aripin *et al.*, 2022). Sebagai salah satu inovasi utama, kualitas layanan *mobile banking* tidak hanya dinilai dari aspek teknis dan kemudahan, tetapi juga dari integrasinya dengan prinsip-prinsip syariah. Menurut Masyita (2020), layanan ini harus memungkinkan nasabah bertransaksi secara mandiri dengan tetap mematuhi ketentuan syariah, seperti menghindari praktik riba dan gharar.

Secara konseptual, layanan perbankan elektronik dapat dibedakan menjadi dua unsur: unsur fisik (seperti infrastruktur server dan jaringan) dan unsur non-fisik (seperti pengalaman interaksi, konten, dan antarmuka aplikasi). Kualitas layanan digital terutama dibentuk dan diukur pada unsur non-fisik ini, yaitu pada bagaimana nasabah berinteraksi dan merasakan manfaat dari infrastruktur yang tersedia secara modern dan fleksibel.

2.3.4 Indikator Kualitas Layanan

Dalam penelitian Rahmawati and Fianto (2020) Pengukuran indikator kualitas layanan dibagi menjadi beberapa dimensi yaitu:

1. Kenyamanan

Kenyamanan adalah motivasi instrinsik yang muncul dari rasa puas dan kesenangan saat seseorang menggunakan perangkat elektronik. Dalam konteks *mobile banking*, persepsi kenyamanan memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman pengguna yang positif. Kenyamanan ini tidak hanya berasal dari kemudahan akses, tetapi juga dari tampilan aplikasi yang menyenangkan secara emosional. Dengan demikian, peningkatan desain dan fungsionalitas aplikasi *m-banking* berkontribusi langsung terhadap peningkatan kualitas layanan dan kinerja sistem perbankan secara keseluruhan.

Dalam perspektif syariah, kenyamanan (*al-ri'ayah*) tidak hanya bersifat teknis dan visual, tetapi juga harus sejalan dengan prinsip-prinsip *maqashid al-shari'ah* (tujuan syariah), yaitu menjaga agama (*hifzh al-din*), jiwa (*hifzh al-nafs*), akal (*hifzh al-aql*), keturunan (*hifzh al-Nasl*) (*hifzh al-nasl*) dan harta (*hifzh al-mal*) (Al-Ghazali, 1993; Chapra, 2008). Oleh karena itu, kenyamanan dalam mobile banking harus mencakup jaminan bahwa seluruh fitur dan transaksi bebas dari unsur riba, gharar (ketidakpastian), dan maysir (judi), sehingga memberikan ketenangan batin (*peace of mind*) bagi pengguna Muslim (Antonio, 2011; Ash-Shadr, 2014). Dengan demikian, peningkatan desain dan fungsionalitas aplikasi mobile banking yang sesuai dengan prinsip syariah tidak hanya berkontribusi terhadap kualitas layanan, tetapi juga menjadi pembeda kompetitif yang signifikan.

Keamanan tidak hanya menjadi isu penting dalam tahap perancangan dan pengembangan perangkat lunak, tetapi juga merupakan dimensi fundamental dalam mendukung keberlangsungan layanan *internet banking* dan *mobile banking*. Kepercayaan pengguna terhadap sistem digital sangat bergantung pada tingkat keamanan yang ditawarkan, mengingat risiko terhadap kebocoran data dan penyalahgunaan informasi pribadi yang semakin meningkat. Oleh karena itu, keamanan menjadi faktor krusial yang dapat memengaruhi kepercayaan serta minat pengguna dalam mengadopsi layanan perbankan digital.

Dalam perspektif syariah, keamanan memiliki keterkaitan yang erat dengan nilai amanah (kepercayaan), keadilan, serta perlindungan terhadap hak-hak individu. Prinsip ini menekankan pentingnya menjaga keselamatan jiwa, harta, akal, keturunan, dan agama, baik secara fisik maupun psikologis. Hal tersebut sejalan dengan maqashid syariah yang menegaskan perlindungan atas hak-hak dasar manusia, termasuk hak memperoleh rasa aman, terbebas dari penindasan, serta mendapatkan keadilan. Keamanan dalam prinsip syariah juga menuntut adanya transparansi, keterbukaan, dan keadilan dalam setiap bentuk transaksi, sehingga tercipta kepercayaan dan rasa aman dalam aktivitas keuangan maupun sosial (Nurhaliza et al., 2025).

2. Kemudahan

Prinsip *At-Taysir* (memberi kemudahan) dalam syariat Islam menekankan bahwa Allah SWT tidak menghendaki kesulitan bagi

hamba-Nya, tetapi justru memudahkan dalam menjalankan kehidupan hari-hari. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al- Baqarah:185 yang berbunyi:

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَى وَالْفُرْقَانِ فَمَنْ
شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ وَمَنْ كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَى سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ يُرِيدُ
اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَى مَا هَدَاكُمْ
وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿١٨٥﴾

Artinya: Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur (Q.S. Al-Baqarah [2]: 185).

Sebagaimana sebuah hadis dari Anas bin Malik ra., ia berkata: Rasulullah saw. bersabda: “*Permudahlah dan jangan mempersulit, berilah kabar gembira dan jangan membuat mereka lari*” (Nurhadi, 2020).

Nilai kemudahan tersebut relevan dengan hadirnya layanan mobile banking yang memungkinkan nasabah untuk mengakses rekening, memeriksa saldo, melakukan transfer, hingga membayar tagihan kapan saja dan di mana saja selama 24 jam. Aksesibilitas ini mengurangi kesulitan nasabah dalam bertransaksi serta meningkatkan efisiensi waktu dan kenyamanan.

Dengan demikian, *mobile banking* tidak hanya memberikan manfaat praktis, tetapi juga selaras dengan prinsip syariah yang

mengedepankan kemudahan dan menghindarkan dari kesulitan (*masyaqqah*) dalam aktivitas keuangan sehari-hari.

3. Desain Aplikasi

Desain dan konten dalam aplikasi mobile banking perlu disusun secara sistematis dan menarik. Pemilihan elemen grafis yang tepat, proporsional, dan konsisten dapat meningkatkan daya tarik visual serta memperkuat identitas merek layanan m-banking di mata pengguna. Kualitas desain yang baik tidak hanya memengaruhi persepsi estetika, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan efektivitas layanan dan kinerja perbankan secara keseluruhan.

4. Sistem Aplikasi

Sistem aplikasi merujuk pada tingkat keberhasilan suatu layanan yang dinilai dari aspek teknis. Dalam hal ini, fokus utama terletak pada efisiensi operasional serta ketepatan fungsi dari sistem yang digunakan. Efektivitas dan akurasi sistem teknis menjadi indikator utama dalam menentukan kualitas kinerja layanan aplikasi, khususnya dalam konteks *mobile banking*.

2.4 Literasi Keuangan Syariah Digital

2.4.1 Pengertian Literasi

Istilah *literasi* berasal dari bahasa Latin, yaitu *litteratus*, yang merujuk pada seseorang yang memiliki keterampilan dalam belajar. *National Institute for Literacy* menjelaskan bahwa literasi merujuk pada kemampuan seseorang dalam membaca, menulis, berbicara, berhitung, serta memecahkan permasalahan pada tingkat keahlian

yang diperlukan dalam berbagai konteks seperti pekerjaan, keluarga, dan masyarakat.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 1998), literasi didefinisikan sebagai kemampuan dalam membaca dan menulis, serta pengetahuan atau keterampilan dalam bidang atau aktivitas tertentu. Selain itu, literasi juga dapat dipahami sebagai kapasitas individu dalam mengelola informasi dan pengetahuan guna meningkatkan kualitas hidup (Yulia & Illahi, 2023).

Berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa literasi merupakan konsep yang lebih luas daripada sekadar keterampilan membaca dan menulis. Literasi merujuk pada tingkat keahlian individu dalam menerapkan berbagai keterampilan dasar seperti membaca, menulis, berbicara, berhitung, dan memecahkan masalah dalam konteks kehidupan sehari-hari, baik dalam ranah pekerjaan, keluarga, maupun sosial. Dengan demikian, literasi tidak hanya berkaitan dengan pemahaman terhadap teks tertulis tidak hanya terbatas pada kemampuan membaca, tetapi juga mencakup kemampuan untuk mengoptimalkan potensi diri dalam kehidupan nyata.

Dalam sejarah Islam, Al-Qur'an memiliki keterkaitan erat dengan literasi. Wahyu pertama yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW, yaitu Surah Al-,Alaq, mengandung perintah *Iqra'* yang berarti "bacalah". Perintah ini menjadi landasan awal lahirnya budaya literasi dalam Islam, khususnya kemampuan membaca dan menulis di kalangan umat Muslim. Sejak masa

Rasulullah SAW, tradisi literasi ini tampak nyata melalui proses pengumpulan dan penulisan ayat-ayat Al-Qur'an hingga akhirnya dibukukan menjadi mushaf.

Budaya literasi yang ditanamkan sejak awal perkembangan Islam telah membuka jalan bagi terbentuknya khazanah keilmuan yang luas. Literasi bahkan menjadi tolok ukur dalam menilai keberhasilan serta kualitas berpikir seseorang. Perintah membaca yang terdapat dalam Al-Qur'an dapat dimaknai sebagai dorongan bagi umat Islam untuk menggali gagasan, ide, serta pengetahuan yang ada di alam semesta, kemudian menghubungkannya dengan keyakinan bahwa segala sesuatu berada dalam pengaturan Allah SWT (Maisyarah & Amalih, 2023).

Ungkapan hikmah *"Barang siapa yang hari ini lebih baik daripada hari kemarin, maka ia adalah orang yang beruntung"* memiliki relevansi yang kuat dengan konsep literasi. Literasi dalam Islam bukan hanya sekadar kemampuan membaca dan menulis, tetapi juga mencakup upaya peningkatan kualitas diri melalui pemahaman, pengamalan, serta pengembangan ilmu pengetahuan. Dengan terus membaca, belajar, dan memahami, seorang Muslim dapat memperbaiki diri dari waktu ke waktu.

Artinya, seseorang yang literat akan mampu menjadikan pengetahuan yang diperoleh hari ini sebagai bekal untuk memperbaiki kehidupannya dibandingkan hari sebelumnya. Hal ini selaras dengan ajaran Islam yang mendorong umatnya untuk senantiasa meningkatkan kualitas hidup, baik dalam aspek spiritual,

intelektual, maupun sosial. Dengan demikian, literasi menjadi salah satu jalan untuk mewujudkan makna dari ungkapan tersebut, yakni beruntunglah orang yang terus memperbaiki diri melalui ilmu dan amalnya.

2.4.2 Literasi Keuangan

Dalam kehidupan sehari-hari, aspek keuangan memiliki peran yang krusial, sehingga pemahaman dasar mengenai keuangan menjadi sangat penting bagi individu. Literasi keuangan menurut Buku Pedoman Strategi Nasional Literasi Keuangan Nasional diartikan sebagai suatu rangkaian proses yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, keterampilan, serta keyakinan

Individu dalam mengelola keuangan. Proses ini berperan penting dalam membentuk sikap dan perilaku yang mendukung pengambilan keputusan finansial yang bijak dan tepat (Sugiarti, 2023).

Literasi keuangan sangat penting untuk membantu individu mengelola keuangannya dengan lebih bijak dan meminimalkan risiko finansial. Permasalahan keuangan sering kali tidak hanya disebabkan oleh rendahnya pendapatan, tetapi juga karena ketidakmampuan dalam merencanakan keuangan secara efektif, termasuk penggunaan kartu kredit yang tidak bijak dan kurangnya perhatian terhadap pengelolaan keuangan (Yulia & Illahi, 2023).

Wely dan Juwita (2018) dalam Yulia dan Illahi (2023) menyatakan bahwa individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi umumnya lebih siap menghadapi tantangan

ekonomi karena mereka cenderung memiliki tabungan, asuransi, serta portofolio investasi yang beragam. Literasi keuangan yang baik juga berkaitan erat dengan perilaku finansial yang positif, seperti pembayaran tagihan tepat waktu, pengelolaan utang, kebiasaan menabung, serta penggunaan kartu kredit secara bertanggung jawab.

Literasi keuangan sangat berkaitan dengan pengelolaan harta karena keduanya berhubungan dengan kemampuan individu dalam mengelola sumber daya keuangan secara efektif untuk mencapai kesejahteraan hidup. Pengelolaan harta merupakan bagian penting dari literasi keuangan karena mengharuskan individu untuk merencanakan, mengatur, menggunakan, dan mengawasi harta secara bijak, termasuk aktivitas seperti penganggaran, menabung, investasi, dan pengelolaan risiko keuangan. Dengan literasi keuangan yang baik, seseorang dapat meminimalkan risiko finansial, menghindari utang yang tidak perlu, serta merencanakan masa depan keuangan yang lebih stabil dan berkelanjutan.

Berdasarkan berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan adalah pengetahuan dan pemahaman individu terkait aspek-aspek finansial yang memungkinkan mereka untuk mengelola keuangan secara tepat serta membuat keputusan keuangan yang bijak demi mencapai kesejahteraan di masa depan (Nursiah et al., 2022).

2.4.3 Pengertian Literasi Keuangan Syariah Digital

Juwita dan Yusuf (2018) mendefinisikan literasi keuangan syariah sebagai pengembangan dari konsep literasi keuangan yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Literasi ini mencakup berbagai dimensi pengelolaan keuangan, antara lain manajemen uang dan aset, perencanaan keuangan jangka panjang seperti dana pensiun, investasi, dan asuransi, serta aspek filantropi Islam yang meliputi wakaf, infak, dan shadaqah dan zakat (Salim et al., 2021).

Menurut Hambali (2018) dikutip dalam Nanda, Ayumiati, and Wahyu (2019), literasi keuangan syariah merupakan pemahaman yang dimiliki individu terhadap produk dan layanan keuangan berbasis syariah, termasuk kemampuan dalam membedakan antara sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Pemahaman tersebut pada akhirnya akan memengaruhi sikap dan perilaku individu dalam mengambil keputusan ekonomi yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariat Islam (Nanda et al., 2019).

Literasi keuangan syariah merujuk pada tingkat pemahaman atau pengetahuan individu mengenai konsep dan praktik keuangan syariah, khususnya yang berkaitan dengan sistem perbankan syariah. Rendahnya tingkat literasi keuangan syariah di kalangan masyarakat antara lain disebabkan oleh kurangnya upaya sosialisasi dari lembaga perbankan syariah mengenai prinsip dan mekanisme ekonomi Islam. Semakin tinggi tingkat pengetahuan konsumen tentang perbankan syariah, maka semakin baik pula

kemampuannya dalam mengambil keputusan keuangan, termasuk dalam hal pengelolaan dan penyisihan dana pribadi (Nurrohmah & Purbayati, 2020).

Seiring dengan perkembangan teknologi, konsep ini kemudian berkembang menjadi literasi keuangan syariah digital, yaitu kemampuan individu dalam memahami dan menggunakan produk serta layanan keuangan syariah yang berbasis teknologi digital. Hal ini meliputi pemanfaatan *mobile banking* syariah, dompet digital syariah, dan aplikasi keuangan berbasis syariah lainnya. Literasi keuangan syariah digital tidak hanya menuntut pemahaman prinsip keuangan Islam, tetapi juga keterampilan dalam menggunakan teknologi untuk mengelola keuangan secara lebih efektif, efisien, dan sesuai dengan syariah.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah digital merupakan pemahaman dan pengetahuan individu terhadap sistem keuangan berbasis syariah, termasuk di dalamnya pemahaman tentang produk serta layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Literasi ini memungkinkan seseorang untuk mengambil keputusan keuangan yang sejalan dengan nilai-nilai syariah secara bijak dan bertanggung jawab.

2.4.4 Landasan Hukum Literasi Keuangan Syariah Digital

Literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan keterampilan mengatur harta secara bijaksana, tetapi juga menekankan pentingnya memandang harta sebagai sarana sementara dalam

kehidupan dunia. Hal ini ditegaskan dalam Al-Qur'an Surah *Al-Kahfi* ayat 46 yang berbunyi:

﴿الْمَالُ وَالْبَنُونَ زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَالْبَاقِيَةُ الصَّالِحَةُ خَيْرٌ عِنْدَ رَبِّكَ ثَوَابًا وَخَيْرٌ أَمَلًا﴾

Artinya: Harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan dunia, sedangkan amal kebajikan yang abadi (pahalanya) adalah lebih baik dari balasannya disisi Tuhanmu serta lebih baik untuk menjadi harapan {Q.S. Al-Kahfi.46}.

Dalam konteks literasi keuangan syariah digital, ayat ini mengingatkan bahwa harta adalah amanah dan sarana kehidupan, yang harus dikelola secara bertanggung jawab sesuai prinsip syariah. Pengelolaan harta yang baik meliputi penciptaan, penggunaan, pemurnian distribusi, dan perlindungan harta agar bernilai amal (Astutik, Nurmaliyah, & Kadzim, 2024)

Konsep ini memiliki relevansi yang mendalam dalam literasi keuangan syariah digital, di mana individu diharapkan mampu mengelola keuangan digitalnya dengan prinsip keadilan, transparansi, dan keberkahan. Penelitian dan tafsir ayat ini menegaskan bahwa pengelolaan harta harus dilakukan sesuai syariah agar harta tidak hanya bernilai duniawi, tetapi juga menjadi sumber kebaikan dan pahala yang berkelanjutan dalam kehidupan akhirat. Hal ini mencakup penggunaan teknologi digital untuk pengelolaan keuangan yang sesuai syariah seperti dalam transaksi, investasi, zakat digital, dan perencanaan keuangan berkelanjutan secara digital.

2.4.5 Indikator Literasi Keuangan Syariah Digital

Salim et al. (2021) mengemukakan bahwa literasi keuangan syariah dapat diukur melalui beberapa indikator utama, antara lain:

1. Pengetahuan, yakni pemahaman yang harus dimiliki individu mengenai konsep keuangan agar mampu mengelola keuangannya secara optimal, yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraannya. Pengetahuan merupakan segala informasi yang diketahui dan disimpan dalam benak nasabah. Dalam tingkatan yang umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan didalam ingatan seseorang.

Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. Al-Mujadilah ayat 11 yang menyatakan bahwa *Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang beriman dan berilmu*. Ayat tersebut menegaskan bahwa ilmu pengetahuan memiliki kedudukan penting dalam kehidupan, termasuk dalam aspek pengelolaan harta dan keuangan. Dengan pengetahuan, seorang Muslim dapat membedakan mana transaksi yang halal dan haram, mengatur skala prioritas, serta menyusun strategi keuangan sesuai dengan prinsip syariah (Arum Sari & Retnaningsih, 2023).

2. Kemampuan, yaitu kapasitas individu dalam membuat keputusan keuangan yang tepat. Tingginya tingkat literasi keuangan mencerminkan kecakapan seseorang dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan

finansial. Iam perspektif syariah, QS. Al-Baqarah ayat 286 yang menyatakan "*Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya*" menegaskan bahwa kewajiban untuk mengelola harta secara halal seperti menjauhi riba, menunaikan zakat, dan bertransaksi dengan adil disesuaikan dengan kapasitas individu.

3. Sikap dalam literasi keuangan mencerminkan kesadaran, motivasi, dan tujuan seseorang dalam mengelola keuangannya secara bijak. Pada dasarnya, sikap merupakan faktor psikologis yang memengaruhi bagaimana individu membuat keputusan finansial, seperti dalam hal menabung, berinvestasi, maupun menghindari perilaku boros. Dalam konteks keuangan syariah, sikap ini tidak hanya terkait aspek material, tetapi juga dilandasi nilai spiritual, yakni kesadaran bahwa pengelolaan harta harus dilakukan secara halal, bertanggung jawab, serta sesuai syariat.

Hal ini sejalan dengan kaidah fiqih "*al-umuru bi-maqashidiha*" yang berarti *segala perkara tergantung pada niatnya*, bersumber dari hadits Nabi Muhammad SAW:

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ، وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى، فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ

وَرَسُولِهِ، فَهِيَ حِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ

Artinya: "Sesungguhnya setiap amal itu tergantung pada niatnya, dan sesungguhnya setiap orang hanya mendapatkan apa yang dia niatkan; maka barang siapa yang hijrahnya karena Allah dan Rasul-Nya, maka hijrahnya itu kepada Allah dan Rasul-Nya." (HR. Bukhari dan Muslim)"

Hadits tersebut menegaskan bahwa setiap tindakan, termasuk dalam pengelolaan keuangan, sangat ditentukan oleh niat yang mendasarinya. Dengan demikian, sikap positif seperti berniat menggunakan uang secara halal, menabung demi kebaikan, berinvestasi dengan bijak, serta menjauhi sifat konsumtif akan menghasilkan perilaku keuangan yang sehat dan berkelanjutan (Ibrahim, 2018).

4. Kepercayaan diri, yaitu keyakinan individu dalam menyusun dan mengelola rencana keuangan jangka panjang, yang tidak selalu dimiliki oleh setiap orang.

Dalam literasi keuangan, kepercayaan diri ini sering disebut *financial self-efficacy*, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengatur dan mengambil keputusan keuangan. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam surah Ali-Imran ayat 139 yang artinya: “*Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman.*” Ayat tersebut menegaskan agar orang beriman tidak bersikap lemah atau minder, melainkan harus percaya diri. Dalam konteks literasi keuangan syariah, kepercayaan diri ini diwujudkan dalam keyakinan untuk menggunakan produk dan instrumen keuangan syariah secara tepat dan sesuai tuntunan agama (Mamlu“ah, 2019).

2.4.6 Kategori Literasi Keuangan Syariah Digital

Rijal and Indrarin (2022) menyebutkan bahwa menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2017), tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia terbagi ke dalam empat kategori yaitu:

1. *Well Literate* (21,84%), yaitu individu yang tidak hanya memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk-produknya termasuk fitur, manfaat, risiko, hak, dan kewajiban namun juga memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan layanan keuangan tersebut secara efektif.
2. *Sufficient Literate* (75,69%), yaitu individu yang memiliki pemahaman dan keyakinan mengenai lembaga serta produk jasa keuangan, termasuk elemen-elemen seperti manfaat, risiko, hak, dan kewajiban, namun belum tentu disertai dengan keterampilan praktis dalam penggunaannya.
3. *Less Literate* (2,06%), yaitu individu yang hanya memiliki pengetahuan dasar mengenai lembaga jasa keuangan serta produk dan layanan yang ditawarkan, namun belum memiliki pemahaman yang mendalam maupun keterampilan dalam penggunaannya
4. *Not literate* (0,41%), yaitu individu yang sama sekali tidak memiliki pengetahuan, keyakinan, maupun keterampilan terkait lembaga jasa keuangan dan produk serta layanan keuangan yang tersedia.

2.5 Minat Menggunakan *Mobile Banking*

2.5.1 Pengertian Minat

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat berarti kecenderungan atau ketertarikan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Sedangkan menurut istilah, minat yaitu suatu keadaan psikis yang menunjukkan kecenderungan seseorang terhadap suatu objek, kegiatan, atau ide yang menimbulkan perasaan senang dan perhatian untuk melibatkan diri secara terus menerus dalam hal tersebut. Minat sendiri dapat dipahami sebagai dorongan dari dalam diri individu untuk melakukan suatu tindakan tertentu, yang sifatnya dinamis dan dapat berubah seiring waktu. Dorongan ini muncul dari keinginan pribadi, baik terhadap sesuatu yang diharapkan saat ini maupun terhadap tujuan jangka panjang yang ingin dicapai di masa depan (Jogiyanto, 2007:29). Minat biasanya berkembang setelah individu memperoleh rangsangan dari objek atau produk yang dilihat, kemudian diikuti dengan keinginan untuk mengeksplorasi, menggunakan, dan akhirnya memiliki objek tersebut.

Minat berperilaku (*behavioral intention*) dapat dipahami sebagai kecenderungan atau sikap seseorang dalam menentukan pilihan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan tertentu. Minat ini tercermin melalui sejauh mana individu memiliki persepsi positif terhadap suatu objek atau aktivitas, serta dipengaruhi oleh dorongan eksternal, seperti dukungan dari lingkungan sosial. Apabila seseorang memiliki intensi berperilaku

yang tinggi, maka besar kemungkinan individu tersebut akan mewujudkan perilaku tersebut dalam tindakan nyata. Sebaliknya, apabila tingkat intensi berperilaku rendah, maka kecenderungan individu untuk melaksanakan perilaku tersebut juga semakin kecil (Ristiana & Widyastuti, 2022).

Sementara itu, menurut Abrilia dan Sudarwanto (2022), minat dalam menggunakan suatu hal menunjukkan kondisi psikologis seseorang yang memperhatikan suatu kebutuhan tertentu, meskipun tanpa mempertimbangkan secara rinci proses yang akan dilalui. Minat dalam menggunakan *mobile banking* merujuk pada dorongan atau kecenderungan individu untuk memanfaatkan layanan digital tersebut dalam aktivitas keuangannya. Tingkat minat ini dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor, seperti kualitas layanan yang diberikan oleh pihak bank, tingkat literasi keuangan syariah terhadap sistem digital perbankan. Semakin tinggi kualitas layanan dan literasi digital yang dimiliki, maka semakin besar pula kecenderungan seseorang untuk menggunakan *mobile banking*.

2.5.2 Mobile Banking

Mobile banking adalah layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan kepada nasabah sebagai sarana melakukan transaksi keuangan secara jarak jauh melalui perangkat seluler. Layanan ini meliputi fasilitas transaksi perbankan dan pasar modal, pengelolaan akun, serta akses informasi mengenai rekening nasabah. *Mobile banking* memberikan kemudahan bagi nasabah

untuk melakukan berbagai transaksi dan aktivitas keuangan kapan saja dan di mana saja tanpa harus mengunjungi kantor bank atau mesin ATM, karena fitur yang tersedia dalam *mobile banking* dinilai lebih praktis dibandingkan dengan ATM (Ichsan, 2023). Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *mobile banking* termasuk dalam kategori layanan perbankan elektronik yang bertujuan untuk memberikan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam bertransaksi secara jarak jauh. Maryanto Supriyono (2011) menambahkan bahwa *mobile banking* merupakan layanan yang dapat diakses melalui perangkat seluler dengan jaringan GSM maupun CDMA untuk menjalankan berbagai aktivitas finansial dan non-finansial.

Dengan hadirnya *mobile banking*, akses terhadap layanan perbankan menjadi lebih fleksibel karena dapat dijalankan melalui perangkat ponsel tanpa terikat oleh batasan ruang dan waktu. Hal ini menjadikan *mobile banking* lebih unggul dalam hal fleksibilitas dibandingkan dengan layanan e-banking lainnya. Layanan ini memungkinkan nasabah untuk mengecek saldo, melakukan transfer antar rekening, membayar tagihan, hingga mengelola informasi rekening. Namun, meskipun layanan ini praktis, masih terdapat beberapa kendala seperti ketergantungan pada koneksi internet serta ancaman terhadap keamanan digital, yang membuat sebagian pengguna masih merasa ragu dalam mengadopsi teknologi ini.

2.5.3 Pengertian Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Perkembangan teknologi yang pesat turut memengaruhi minat nasabah dalam mobile banking. Fitur-fitur seperti pembayaran QRIS, transfer instan antar bank, pembukaan rekening digital, dan integrasi dengan dompet elektronik membuat layanan ini semakin menarik. Semakin banyak fitur inovatif ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan, tetapi juga memperkuat kepercayaan pengguna bahwa *mobile banking* merupakan solusi yang lebih efisien dibandingkan metode perbankan konvensional (Sodik & Fahrur, 2023).

Dalam konteks perbankan digital, minat menggunakan *mobile banking* dapat dipahami sebagai kecenderungan atau keinginan nasabah untuk memanfaatkan layanan perbankan berbasis aplikasi pada perangkat seluler guna melakukan berbagai transaksi keuangan. Minat ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti kebutuhan, persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat, tetapi juga faktor eksternal seperti kualitas layanan, keamanan sistem, promosi, dan literasi keuangan digital (Windarsari et al., 2025).

Minat menurut Jogiyanto (2007) merupakan keinginan nasabah untuk menggunakan atau menggunakan kembali layanan mobile banking di masa depan (Bakhtiar & Kartika, 2020). Minat menggunakan mobile banking dapat dipahami sebagai kecenderungan atau dorongan nasabah untuk memanfaatkan layanan *mobile banking*. Minat ini muncul karena adanya

keinginan nasabah untuk memperoleh kemudahan serta kepuasan dari berbagai fitur yang tersedia dalam aplikasi. Dengan kata lain, semakin besar manfaat dan kenyamanan yang dirasakan, maka semakin tinggi pula kecenderungan nasabah untuk terus menggunakan layanan tersebut (Badaruddin & Risma, 2021). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa minat menggunakan mobile banking merupakan dorongan atau kecenderungan nasabah untuk memanfaatkan layanan perbankan digital melalui perangkat seluler. Minat ini terbentuk karena adanya kombinasi antara faktor internal (seperti kebutuhan, kemudahan, dan manfaat) serta faktor eksternal (seperti kualitas layanan, keamanan, dan inovasi fitur). Oleh sebab itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah sangat penting bagi perbankan agar mampu meningkatkan kualitas layanan dan memperluas adopsi mobile banking di masyarakat.

2.5.4 Indikator Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Adapun indikator minat menggunakan *mobile banking* sebagai berikut:

1. Kemudahan

Kemudahan mencerminkan tingkat kemudahan dan kenyamanan yang dirasakan oleh pengguna dalam mengoperasikan suatu aplikasi atau teknologi. Persepsi terhadap kemudahan penggunaan memegang peran penting, karena apabila pengguna mengalami kesulitan dalam mengakses atau memahami fitur yang tersedia, maka kemungkinan untuk terus menggunakan aplikasi

tersebut akan menurun secara signifikan (Garbo et al., 2024).

2. Kemanfaatan

Kemanfaatan pada dasarnya dipahami sebagai persepsi individu mengenai sejauh mana suatu aplikasi atau teknologi mampu memberikan manfaat nyata. Apabila pengguna merasakan adanya nilai tambah, seperti efisiensi waktu, peningkatan produktivitas, maupun kemudahan dalam memperoleh informasi, maka mereka akan terdorong untuk mengadopsi serta menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan (Garbo et al., 2024)

Dalam perspektif hukum Islam, dorongan untuk memanfaatkan teknologi memiliki landasan yang kuat pada kaidah fiqih *al-ashlu fil asy-yaa'i al-ibaahah* (hukum asal segala sesuatu adalah boleh). Kaidah ini berfungsi sebagai prinsip dasar yang memberikan kemudahan dalam menerima hal-hal baru selama tidak ada dalil yang melarang. Dengan demikian, keraguan awal dapat dihilangkan dan umat Muslim memperoleh justifikasi syar'ī dalam mengadopsi inovasi teknologi (Khanifah, 2008). Perpaduan antara manfaat praktis dan legitimasi hukum ini menjadi faktor penting dalam mendorong niat serta motivasi penggunaan teknologi secara berkelanjutan. Kaidah tersebut sekaligus menegaskan bahwa sesuatu hanya dilarang apabila membawa mudharat, sehingga penerimaan terhadap inovasi diarahkan untuk mewujudkan kemaslahatan atau kemanfaatan bagi pengguna maupun masyarakat secara luas.

3. Minat pada Objek yang Diminati

Minat pada objek yang diminati merujuk pada suatu kondisi psikologis atau dorongan individu yang menunjukkan ketertarikan, keinginan, dan perhatian khusus terhadap penggunaan *mobile banking* sebagai alat atau layanan untuk memenuhi kebutuhan finansialnya (Tsania & Solekah, 2023).

Ayat QS. Al-Isra : 84 menjelaskan bahwa *setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaannya masing-masing*, yang bisa diartikan sebagai karakter atau kecenderungan alami individu. Minat ini merupakan manifestasi dari pembawaan psikologis yang mendorong seseorang memilih dan menggunakan *mobile banking* sebagai solusi praktis dan efisien.

4. Kecenderungan untuk menggunakan

Kecenderungan untuk menggunakan merujuk pada niat atau keinginan pengguna untuk menggunakan aplikasi atau teknologi secara berkelanjutan (Tsania & Solekah, 2023).

5. Merasa bahagia

Merasa bahagia adalah ungkapan dari reaksi emosional positif yang dirasakan oleh pengguna saat atau setelah menggunakan layanan *mobile banking*. Perasaan bahagia ini mencerminkan kepuasan dan kenyamanan pengguna yang timbul karena kemudahan, kecepatan, efisiensi, transaksi yang diberikan oleh aplikasi *mobile banking* (Tsania & Solekah, 2023).

2.6 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

2.6.1 Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan sektor usaha yang memegang peran penting dalam perekonomian, terutama sebagai penggerak aktivitas ekonomi lokal. UMKM umumnya dimiliki oleh individu atau kelompok kecil dengan skala usaha terbatas, modal relatif kecil, jumlah karyawan di bawah 250 orang, serta penggunaan teknologi produksi dan pemasaran yang masih sederhana. Keberadaan UMKM berkontribusi besar dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penguatan struktur ekonomi daerah (Zahra Firdausya & Perwira Ompusunggu, 2023).

Secara umum, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat diartikan sebagai kegiatan usaha ekonomi produktif yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, maupun badan usaha berskala kecil, sebagaimana kriteria yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Adapun badan usaha yang tidak termasuk dalam kategori UMKM adalah entitas usaha yang menjalankan aktivitas ekonomi produktif dengan total kekayaan bersih atau nilai penjualan tahunan yang melebihi batas usaha menengah. Klasifikasi UMKM dilakukan berdasarkan beberapa indikator, antara lain besaran omzet pendapatan per tahun, jumlah aset atau kekayaan bersih yang dimiliki, serta jumlah tenaga kerja. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki tujuan untuk mendorong pertumbuhan dan

pengembangan kegiatan usaha sebagai bagian dari upaya membangun perekonomian nasional yang berlandaskan prinsip demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Hal ini menunjukkan bahwa UMKM berperan sebagai instrumen strategis dalam pembangunan ekonomi nasional dengan melibatkan partisipasi seluas- luasnya dari para pelaku ekonomi, sesuai dengan potensi yang dimiliki masing-masing, serta menjunjung tinggi prinsip keadilan bagi seluruh pemangku kepentingan (Khairunnisa et.al., 2022).

2.6.2 Jenis-jenis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, UMKM terdiri atas usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha perorangan sesuai dengan kriteria yang ditetapkan dalam undang-undang. Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dikelola oleh perorangan atau badan usaha, dan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha menengah maupun usaha besar. Sementara itu, usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang mandiri dan bukan bagian dari usaha kecil atau usaha besar, dengan klasifikasi yang ditentukan berdasarkan batasan kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana telah diatur dalam undang-undang (Djuwita & Yusuf, 2018).

Kriteria UMKM berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 dapat dibedakan ke dalam tiga kategori.

1. Usaha Mikro merupakan kegiatan usaha produktif yang memiliki kekayaan bersih paling banyak sebesar Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Selain itu, Usaha Mikro memiliki batas hasil penjualan tahunan paling tinggi sebesar Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha Kecil merupakan kegiatan usaha produktif yang memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah). Selain itu, Usaha Kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) hingga paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
3. Sementara itu, usaha menengah memiliki kekayaan bersih antara Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) hingga Rp10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta omzet penjualan tahunan berkisar antara Rp2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah) hingga Rp50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah) (Djuwita & Yusuf, 2018).

Dalam rangka mendukung pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU Cipta Kerja) menetapkan kriteria UMKM dengan pendekatan yang lebih

fleksibel dibandingkan dengan ketentuan pada UU No. 20 Tahun 2008. Regulasi ini dirancang untuk mempermudah proses usaha, memperkuat perlindungan hukum bagi pelaku UMKM, serta mendorong kemampuan adaptasi UMKM terhadap dinamika ekonomi dan kemajuan teknologi digital (Husna & Wibawa, 2024).

Secara umum, UU Cipta Kerja menyatakan bahwa penetapan kriteria UMKM dapat dilakukan melalui beberapa indikator, antara lain:

1. Modal usaha,
2. Omzet tahunan,
3. Kekayaan bersih,
4. Nilai investasi,
5. Jumlah tenaga kerja,
6. Pemanfaatan teknologi, dan
7. Kandungan lokal, sebagaimana diatur lebih lanjut dalam peraturan pemerintah sebagai regulasi turunan

2.7 Penelitian Terkait

Berbagai penelitian sebelumnya telah dilakukan terkait dengan pengaruh kualitas layanan dan literasi keuangan digital syariah terhadap minat penggunaan mobile banking, khususnya di kalangan pelaku UMKM. Studi-studi tersebut dijadikan sebagai referensi utama dalam mendukung penyusunan penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Nur Ichsan (2023) dengan judul *Analisis Tingkat Literasi Keuangan Digital Syariah Terhadap Minat Penggunaan E-Banking Syariah (Studi Kasus pada*

Pelaku UMKM di Kecamatan Manisrenggo) menggunakan pendekatan mixed methods dengan fokus pada pelaku UMKM. Temuan dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan digital syariah, persepsi kemudahan, dan persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan layanan e-banking syariah. Perbedaan utama terletak pada wilayah penelitian, di mana Ichsan meneliti di Kecamatan Manisrenggo, sementara penelitian ini dilakukan pada pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Besar. Selain itu, penelitian ini juga menambahkan variabel kualitas layanan *mobile banking* secara khusus sebagai variabel independen. Persamaan keduanya terletak pada fokus kajian mengenai pengaruh literasi keuangan syariah digital serta penggunaan responden dari kalangan UMKM.

Penelitian kedua oleh Yasin, Lailiyah, and Edris (2021) berjudul *Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah terhadap Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial* menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dari kalangan generasi milenial di Kudus yang merupakan pengguna layanan *mobile banking* dan internet banking. Hasil studi menunjukkan bahwa layanan digital perbankan syariah memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap tingkat literasi keuangan syariah generasi milenial. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian, yakni generasi milenial, sementara penelitian ini berfokus pada

pelaku UMKM. Selain itu, variabel yang digunakan dalam penelitian Rozaq dkk. terbatas pada layanan digital dan literasi keuangan, sedangkan penelitian ini mencakup pengaruh kualitas layanan dan literasi keuangan digital terhadap minat penggunaan *mobile banking* serta mempertimbangkan persepsi kemudahan dan kemanfaatan sebagai faktor tambahan.

Penelitian selanjutnya oleh Danang Ramdani (2020) yang berjudul *Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Marketing, Brand Image, dan Word of Mouth terhadap Minat Generasi Z pada Bank Syariah* mengadopsi metode kuantitatif dengan melibatkan 383 responden dari kalangan pelajar (generasi Z) di Jakarta Selatan. Temuan menunjukkan bahwa literasi keuangan dan *word of mouth* merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat terhadap layanan bank syariah, diikuti oleh digital marketing dan citra merek. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada karakteristik responden serta jumlah dan jenis variabel yang diteliti. Meskipun demikian, kesamaan tetap terlihat dalam penggunaan pendekatan kuantitatif dan analisis pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan layanan keuangan berbasis syariah.

Penelitian keempat oleh Ary Saputra (2022) dengan judul *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, dan Religiusitas Masyarakat terhadap Penggunaan Mobile Banking Syariah* dilakukan di Kecamatan Bebesen, Aceh Tengah, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Penelitian ini menemukan

bahwa literasi keuangan syariah, kepercayaan, dan tingkat religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan mobile banking syariah, baik secara simultan maupun parsial. Perbedaan utama dengan penelitian ini terletak pada wilayah penelitian dan jumlah variabel independen. Namun, keduanya memiliki kesamaan dalam pendekatan kuantitatif serta fokus pada perilaku penggunaan layanan mobile banking.

Penelitian terakhir dikemukakan oleh Ade Intan Yonata Putri (2022) dalam studinya yang berjudul *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Metro Angkatan 2018)*. Penelitian ini melibatkan 33 responden dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat dalam menggunakan mobile banking. Perbedaan utama terletak pada objek penelitian, yaitu mahasiswa, sedangkan penelitian ini menargetkan pelaku UMKM. Selain itu, penelitian Ade hanya menggunakan satu variabel independen, sementara penelitian ini mengkaji dua variabel, yakni kualitas layanan *mobile banking* dan literasi keuangan syariah digital. Meski demikian, keduanya memiliki kesamaan dalam mengkaji hubungan antara kualitas layanan dan minat penggunaan layanan perbankan digital berbasis syariah.

Secara keseluruhan, penelitian-penelitian terdahulu tersebut memberikan kontribusi penting dalam memperkaya pemahaman

mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap kualitas layanan. Penelitian ini berupaya untuk memperluas ruang lingkup kajian dengan menggabungkan aspek kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital dalam konteks pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Besar. Untuk memperjelas hasil penelitian terkait dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2.1 Penelitian Terkait

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Christian Erichson (2024) dengan judul pengaruh “Pengaruh Kualitas layanan terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i> dan internet banking”	Kuantitatif, data primer (kuesioner), jumlah sampel 1100 responden, dan analisis regresi berganda.	<i>Mobile Banking</i> berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Secara simultan, kualitas layanan <i>mobile banking</i> dan internet banking berpengaruh.	Sama-sama menggunakan variabel kualitas layanan sebagai faktor yang memengaruhi minat pengguna layanan perbankan digital..	Perbedaan terletak pada studi penelitiannya.

Tabel 2.1- Lanjutan

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
2.	Arwin Arwin (2024) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan pada Bank Muamalat terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> ”.	Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner, jumlah sampel 100 responden, serta menggunakan analisis regresi linier sederhana.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking pada Bank Muamalat.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama menggunakan variabel kualitas layanan sebagai faktor yang memengaruhi minat penggunaan mobile banking.	Perbedaan terletak pada variabel penelitian dan objek studi, di mana penelitian Arwin hanya meneliti kualitas layanan terhadap minat nasabah secara umum, sedangkan penelitian penulis menambahkan variabel literasi keuangan syariah digital serta menggunakan objek pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Besar.

Tabel 2.1- Lanjutan

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3.	Ade Yonata Putri (2022) meneliti Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Metro Angkatan 2018).	Metode pendekatan kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> sebesar 45,8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama meneliti pengaruh kualitas layanan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>	Perbedaannya terletak pada objek penelitian.
4.	Ary Saputra (2022) meneliti “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, Dan Religiusitas Masyarakat Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Syariah Di Kecamatan Bebesen, Aceh Tengah”.	Metode pendekatan kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan literasi keuangan syariah, kepercayaan, serta religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> syariah.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama meneliti pengaruh literasi keuangan syariah terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> syariah.	Perbedaannya terletak pada objek penelitian.

Tabel 2.1- Lanjutan

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5.	Nu groho & Yasin (2024) Pengaruh Literasi keuangan Syariah, Layanan Mobile Banking dan Syariah Compliance Terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah dengan Religiusitas Sebagai Variabel	Metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer.	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan syariah, layanan <i>mobile banking</i> literasi keuangan syariah, Berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah.	Persamaannya sama-sama meneliti pengaruh literasi keuangan syariah dan layanan <i>mobile banking</i> dan Syariah Compliance .	Perbedaannya terletak pada variabel dependent yaitu minat menabung pada Bank Syariah
6.	Aulia Rohman (2023) meneliti pengaruh kegunaan, kemudahan, risiko, dan kualitas layanan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> (studi pada mahasiswa S1 Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry).	Menggunakan pendekatan kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegunaan, kemudahan, risiko, dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan <i>mobile banking</i> , dengan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama meneliti pengaruh kualitas layanan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> .	Perbedaan terletak pada objek penelitiannya

Tabel 2.1- Lanjutan

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
7.	Risma & Badaruddin (2021) meneliti pengaruh fitur layanan dan kemudahan terhadap minat menggunakan mobile banking (studi pada masyarakat Desa Rantau Rasau, Kecamatan Berbak).	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner, wawancara, dan dokumentasi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial fitur layanan dan kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan mobile banking. Variabel fitur layanan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,022 < 0,05$, sedangkan variabel kemudahan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama meneliti minat menggunakan mobile banking	Perbedaannya terletak pada variabel dan objek penelitian, di mana penelitian terdahulu berfokus pada fitur layanan dan kemudahan, sedangkan penelitian ini meneliti kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital pada UMKM Aceh Besar
8.	Septa & Ali (2024) meneliti “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Niat Penggunaan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> ”.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor keamanan, kredibilitas, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi mobile banking. Selain itu, manfaat yang dirasakan pengguna, seperti efisiensi waktu,	sama-sama meneliti niat atau minat dalam penggunaan <i>mobile banking</i> .	Perbedaannya terletak pada variabel dan objek penelitian.

Tabel 2.1- Lanjutan

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			penghematan biaya, dan kemudahan akses, turut mendorong peningkatan adopsi layanan tersebut. Kemudahan penggunaan, termasuk tampilan aplikasi yang sederhana dan mudah dipahami, juga terbukti meningkatkan minat serta kepuasan pengguna terhadap layanan <i>mobile banking</i> .		

2.8 Kerangka Berpikir

Kerangka Berpikir adalah sebuah gambaran sistematis dari hubungan antar konsep atau variabel yang menjadi fokus dalam suatu penelitian. Kerangka ini disusun berdasarkan teori-teori yang relevan dan temuan penelitian sebelumnya, dan berfungsi sebagai dasar untuk menyusun hipotesis serta menyusun alur berpikir dalam penelitian. Kerangka konseptual pada penelitian ini menjelaskan hubungan antar variabel yaitu pengaruh dari layanan digital syariah dan literasi keuangan syariah digital terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada pelaku UMKM di Kabupaten

Aceh Besar. Variabel kualitas layanan dalam penelitian ini mencakup aspek kenyamanan, kemudahan, desain, dan sistem aplikasi. Sementara itu, variabel literasi keuangan syariah digital diukur melalui beberapa indikator, yaitu pengetahuan, kemampuan, sikap, dan kepercayaan pelaku UMKM dalam menggunakan produk dan layanan keuangan digital yang berbasis syariah.

2.8.1 Pengaruh kualitas layanan terhadap minat menggunakan *mobile banking*

Kualitas layanan (*service quality*) merujuk pada tingkat kesesuaian antara layanan yang diterima dengan ekspektasi pelanggan. Apabila layanan yang diberikan melebihi harapan nasabah, maka layanan tersebut dinilai berkualitas dan mampu menciptakan kepuasan. Sebaliknya, apabila realisasi layanan berada di bawah ekspektasi, maka layanan tersebut dianggap tidak berkualitas, yang pada akhirnya dapat menimbulkan rasa kecewa atau ketidakpuasan pada nasabah.

Berdasarkan beberapa penelitian terbaru, kualitas layanan terbukti menjadi faktor penting yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Penelitian Kurniawan dan Sari (2020) menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan ketertarikan nasabah untuk memanfaatkan layanan *mobile banking*. Hal ini sejalan dengan temuan Rahmawati dan Nugroho (2021) yang menyatakan bahwa kualitas layanan digital perbankan, seperti kemudahan penggunaan dan keandalan sistem, berperan dalam mendorong minat penggunaan *mobile banking*.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Putri, Hidayat, dan Amalia (2022) mengungkapkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, di mana layanan yang tidak sesuai dengan harapan pengguna dapat menurunkan minat tersebut. Temuan ini diperkuat oleh Fauzan dan Maulana (2023) yang menyatakan bahwa gangguan sistem, lambatnya layanan, serta kurangnya keamanan dapat memberikan dampak negatif terhadap minat nasabah, khususnya pada *mobile banking* syariah. Penelitian terbaru oleh Arwin (2024) juga menyimpulkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang dirasakan nasabah, maka semakin tinggi minat mereka dalam menggunakan *mobile banking*, sedangkan kualitas layanan yang rendah dapat menyebabkan penurunan minat penggunaan.

2.8.2 Pengaruh literasi keuangan syariah digital terhadap minat menggunakan *mobile Banking*

Literasi merujuk pada pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki individu dalam bidang tertentu, yang digunakan secara efektif dalam kehidupan sehari-hari dengan tujuan untuk mencapai taraf kesejahteraan yang lebih baik. Literasi keuangan syariah dapat diartikan sebagai kemampuan individu dalam memanfaatkan pengetahuan, keterampilan, sikap dalam mengelola sumber daya keuangan berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Selain itu literasi keuangan berbasis syariah juga merupakan bagian dari kewajiban agama bagi setiap umat muslim, karena berpotensi memberikan dampak positif terhadap pencapaian *Al-Falah* (kesuksesan hakiki)

baik didunia maupun diakhirat (Nanda et al., 2019).

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Nurrohmah and Purbayati (2020) tentang pengaruh tingkat literasi keuangan syariah dan kepercayaan masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah menyatakan bahwa variabel tingkat literasi keuangan syariah dan kepercayaan masyarakat berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Dan dalam penelitian lainnya yaitu pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku keuangan pada mahasiswa Politeknik Negeri Bandung (studi pada mahasiswa keuangan syariah Politeknik Negeri Bandung) menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah yang didalamnya terdiri dari dimensi pengetahuan akan keuangan syariah, pinjaman, investasi, dan asuransi syariah memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa Politeknik Negeri Bandung.

2.8.3 Pengaruh kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital terhadap minat menggunakan mobile banking

Kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital merupakan dua variabel yang saling berkaitan dalam memengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* syariah. Kualitas layanan menggambarkan sejauh mana layanan perbankan digital mampu memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah, baik dari sisi keandalan sistem, kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, maupun keamanan. Sementara itu, literasi keuangan syariah digital mencerminkan tingkat pemahaman nasabah terhadap

konsep, prinsip, serta pemanfaatan layanan keuangan berbasis syariah melalui teknologi digital secara tepat dan bijak.

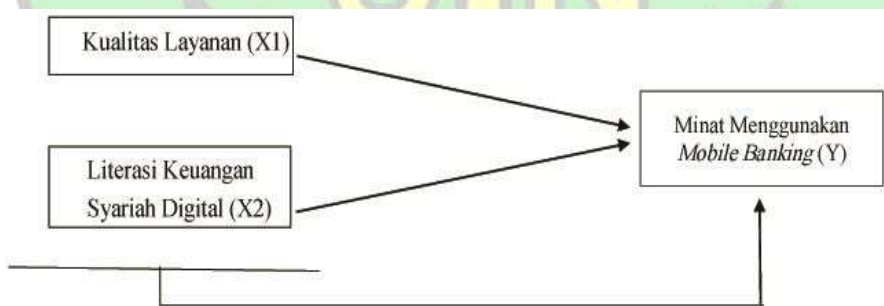
Kualitas layanan yang baik dapat menumbuhkan rasa puas dan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap layanan *mobile banking*. Ketika nasabah merasa layanan yang diterima sesuai dengan harapan, mereka cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan. Di sisi lain, tingkat literasi keuangan syariah digital yang memadai membantu nasabah memahami manfaat *mobile banking*, cara penggunaan yang benar, serta kesesuaian layanan dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga dapat meningkatkan keyakinan dalam menggunakan layanan perbankan digital syariah.

Beberapa penelitian terdahulu mendukung hubungan simultan antara kedua variabel tersebut terhadap minat penggunaan layanan perbankan digital syariah. Penelitian Yasin (2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan dan literasi keuangan syariah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan perbankan syariah digital. Selanjutnya, Putri (2022) menemukan bahwa kombinasi kualitas layanan yang baik dan pemahaman keuangan syariah yang tinggi mampu meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* syariah. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Ichsan (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah digital memperkuat pengaruh kualitas layanan terhadap minat penggunaan layanan digital perbankan syariah.

Selain itu, penelitian Rahman dan Hidayah (2020) serta Fauzan dan Maulana (2023) mengungkapkan bahwa rendahnya kualitas layanan dan minimnya literasi keuangan syariah digital dapat menjadi hambatan bagi nasabah dalam menggunakan mobile banking syariah. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut tidak hanya berpengaruh secara parsial, tetapi juga memiliki peran penting secara simultan dalam membentuk minat penggunaan *mobile banking* syariah.

Berdasarkan analisis diatas, kerangka konseptual penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 2.1, sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



Sumber: Data Penelitian, 2025

2.9 Hipotesis

Berdasarkan teori diatas penelitian memiliki hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*..

H_{a2} : Literasi Keuangan Syariah Digital berpengaruh positif

terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

H₃ : Kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang berpijak pada paradigma positivisme, yang bertujuan untuk mengkaji fenomena tertentu melalui pengukuran variabel-variabel yang dapat dikuantifikasi. Penelitian ini dilakukan pada populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data dilakukan secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiyono, 2017:8).

Berdasarkan kategori, penelitian ini menggunakan metode *asosiatif* yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital dengan minat menggunakan *mobile banking*. Pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Dengan menggunakan pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat menyajikan pemahaman yang menyeluruh mengenai determinan minat penggunaan kualitas layanan *mobile banking* di kalangan pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Besar, baik ditinjau dari aspek kualitas layanan, dan tingkat literasi keuangan syariah digital.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Aceh Besar dengan fokus pada Kecamatan Darussalam dan Kecamatan Baitussalam. Pemilihan kedua kecamatan tersebut didasarkan pada pertimbangan akademis bahwa wilayah ini memiliki konsentrasi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang cukup tinggi dibandingkan kecamatan lainnya. Selain itu, Kecamatan Darussalam yang berdekatan dengan pusat kota dan kawasan pendidikan tinggi memiliki akses yang relatif baik terhadap teknologi serta layanan perbankan digital, sehingga berpotensi besar dalam pemanfaatan *mobile banking*.

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Aceh Besar dengan fokus pada Kecamatan Darussalam dan Kecamatan Baitussalam. Pemilihan kedua kecamatan tersebut didasarkan pada pertimbangan akademis bahwa wilayah ini memiliki konsentrasi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang cukup tinggi dibandingkan kecamatan lainnya. Selain itu, Kecamatan Darussalam yang berdekatan dengan pusat kota dan kawasan pendidikan tinggi memiliki akses yang relatif baik terhadap teknologi serta layanan perbankan digital, sehingga berpotensi besar dalam pemanfaatan *mobile banking*.

Sementara itu, Kecamatan Baitussalam menunjukkan aktivitas ekonomi yang cukup dinamis, khususnya pada sektor perdagangan dan jasa, sehingga menjadikan kedua kecamatan ini relevan untuk dijadikan lokasi penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Siyoto dan Sodik (2015), populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek penelitian yang berada dalam suatu wilayah generalisasi dan memiliki karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta ditarik kesimpulannya. Populasi tidak hanya terbatas pada manusia, tetapi juga dapat mencakup berbagai objek, peristiwa, atau entitas lain yang relevan dengan tujuan penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di Kabupaten Aceh Besar. Berdasarkan data terbaru, jumlah UMKM di Kabupaten Aceh Besar tercatat sekitar 58.091 UMKM. Populasi ini dipilih karena pelaku UMKM merupakan salah satu segmen masyarakat yang berpotensi besar dalam penggunaan layanan mobile banking, khususnya dalam mendukung aktivitas transaksi usaha sehari-hari.

Selain itu, pelaku UMKM dinilai memiliki keterkaitan langsung dengan kualitas layanan perbankan digital serta tingkat literasi keuangan syariah digital. Dengan demikian, mereka dianggap mampu memberikan informasi yang relevan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Populasi penelitian ini mencakup berbagai jenis usaha, antara lain usaha perdagangan, kuliner, jasa, serta industri rumahan yang

tersebar di wilayah administratif Kabupaten Aceh Besar. Keberagaman jenis usaha tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif terkait perilaku dan minat pelaku UMKM dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dengan teknik tertentu dan dijadikan sumber data untuk penelitian. Dalam penelitian ini, sampel diambil dari pelaku UMKM yang berada di beberapa Kecamatan di Aceh Besar yaitu Kecamatan Darussalam dan Baitussalam dan yang telah memiliki pengalaman atau akses terhadap layanan *mobile banking*, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti agar sesuai dengan tujuan penelitian.

1. Merupakan pelaku usaha kecil dan menengah.
2. Berdomisili dan menjalankan usaha di Kabupaten Aceh Besar.
3. Pernah menggunakan atau mengetahui layanan *mobile banking*.
4. Usaha yang sudah berjalan 2 sampai 5 tahun keatas.

Perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan *Raosoft Sample Size Calculator*. Berdasarkan perhitungan dengan margin of error sebesar 5%, tingkat kepercayaan 95%, ukuran populasi 58.091, serta distribusi respon

50%, diperoleh rekomendasi jumlah sampel minimum sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3.1.

Gambar 3.1

Hasil Perhitungan Jumlah Sampel Menggunakan Raosoft

Question	Input
What margin of error can you accept? <small>5% is a common choice</small>	5 %
What confidence level do you need? <small>Typical choices are 90%, 95%, or 99%</small>	95 %
What is the population size? <small>If you don't know, use 20000</small>	5009
What is the response distribution? <small>Leave this at 50%</small>	50 %
Your recommended sample size is	382

Sumber: *Raosoft Sample Size Calculator (2025)*

Berdasarkan hasil perhitungan pada Gambar 3.1, jumlah sampel minimum yang direkomendasikan adalah sebanyak 382 responden. Namun, dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu, biaya, serta kemudahan akses terhadap responden, penelitian ini menetapkan jumlah sampel sebanyak 150 responden. Jumlah tersebut dinilai telah memenuhi kriteria minimal penelitian kuantitatif dan dianggap cukup representatif untuk menggambarkan perilaku pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Besar.

3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Sumber data merujuk pada informasi yang akurat dan valid yang digunakan untuk mengumpulkan dan memperoleh fakta-

fakta. Oleh karena itu, peneliti perlu memiliki pemahaman yang baik mengenai sumber data yang akan digunakan dalam penelitian mereka.

Dalam buku Sandu Siyoto & Muhammad Ali Sodiq, (2015) data penelitian dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber aslinya. Data ini juga dikenal sebagai data asli atau data baru yang memiliki karakteristik terkini. Untuk memperoleh data primer, peneliti perlu melakukan pengumpulan secara langsung. Teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer meliputi observasi, wawancara, serta penyebaran kuesioner.

Dalam penelitian data primer diperoleh melalui wawancara, observasi penelitian, dan penyebaran kuesioner. Kuesioner disusun untuk mengukur pendapat responden mengenai pengaruh kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Responden yang dipilih adalah pelaku UMKM di kawasan perdagangan Kabupaten Aceh Besar.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia dan dikumpulkan dari berbagai sumber yang telah ada sebelumnya. Peneliti hanya mengambil data dari sumber-

sumber tersebut tanpa melakukan pengumpulan langsung. Sumber data sekunder bisa berasal dari BPS, buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, dan dokumen resmi lainnya.

Pemahaman mengenai kedua jenis data tersebut sangat penting sebagai dasar dalam menentukan teknik serta langkah-langkah yang tepat dalam pengumpulan data penelitian.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Pengumpulan data dilakukan dengan cara turun langsung ke lapangan dengan membawa angket untuk diberikan kepada responden, serta melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan *Google Form* (Sugiyono, 2023).

Kuesioner tersebut digunakan sebagai instrumen penelitian untuk memperoleh data primer yang berkaitan dengan variabel penelitian. Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyampaikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk memperoleh data sesuai dengan variabel penelitian. Metode ini digunakan karena efisien, terutama ketika jumlah responden cukup besar dan wilayah penelitian luas, serta memungkinkan responden memberikan jawaban secara langsung, baik secara tatap muka maupun melalui media lain (Sugiyono, 2023).

Dalam penelitian ini, angket berisi beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital terhadap minat menggunakan *mobile banking*,

dengan fokus pada pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Besar sebagai studi kasus.

3.5 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2017), skala pengukuran adalah pedoman yang digunakan untuk menentukan jarak antar nilai dalam alat ukur. Skala ini membantu menghasilkan data kuantitatif saat proses pengukuran dilakukan. Dalam penelitian ini digunakan Skala Likert, yang berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu maupun kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Nilai dalam skala ini berkisar dari 1 hingga 5, mulai dari kategori sangat tidak setuju, hingga sangat setuju.

Tabel 3.1
Pengukuran Skala Likert

Pilihan	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber data penelitian 2025

3.6 Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Terdapat dua jenis variabel yaitu:

1. Variabel terikat atau dependen (Y) adalah variabel yang

dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang dianalisis adalah minat menggunakan *mobile banking* pada pelaku UMKM di Aceh Besar (Y).

2. Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari kualitas layanan (X1) dan literasi keuangan syariah digital (X2), yang berperan sebagai faktor yang memengaruhi variabel lain.

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Kualitas Layanan (X1)	Kenyamanan	Saya sangat merasa nyaman dan senang dalam menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> untuk menjalankan bisnis saya	Likert 1- 5
	Keamanan	Saya percaya bahwa sistem keamanan pada aplikasi <i>mobile banking</i> sudah melindungi data transaksi dan privasi nasabah dari penyalahgunaan dan penyelewengan	
	Kemudahan	Aplikasi <i>mobile banking</i> mudah diakses kapan saja dan dimana saja	
	Desain Aplikasi	Desain dan fitur dalam aplikasi <i>mobile banking</i> sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya	

	System aplikasi	Sistem aplikasi <i>mobile banking</i> mengefesiansikan waktu dan biaya Aplikasi <i>mobile banking</i> jarang mengalami gangguan/error	
Literasi Keuangan Syariah Digital (X2)	Pengetahuan	Saya memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik mengenai produk dan prinsip keuangan digital syariah.	Likert 1-5
	Kemampuan	Keuangan syariah digital mampu mempengaruhi dalam kecepatan dan ketepatan mengambil keputusan dalam menjalankan UMKM	
	Sikap	Literasi keuangan syariah digital mampu memotivasi saya dalam menentukan sikap dalam berinovasi dalam bisnis	
	Kepercayaan	Literasi keuangan syariah digital menumbuhkan kepercayaan dalam menyusun dan mengelola keuangan bisnis saya	
	Kemanfaatan	Fitur-fitur yang terdapat dalam <i>mobile banking</i> mudah digunakan secara mandiri tanpa memerlukan bantuan orang lain.	

Minat menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Y)	Kemudahan	Saya sudah merasakan manfaat <i>mobile banking</i> dengan maksimal.	Likert 1-5
	Minat pada objek yang diminati	Saya tertarik menggunakan <i>mobile banking</i> karena sesuai dengan kebutuhan usaha dan model bisnis saya	
	Kecenderungan untuk menggunakan	Saya ingin terus menggunakan <i>mobile banking</i> dalam aktivitas bisnis saya di masa mendatang	
	Merasa Bahagia	Saya merasa senang setelah proses penggunaan <i>mobile banking</i> berhasil/sukses	

3.7 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ialah menggunakan analisis kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka dan dalam perhitungannya menggunakan bantuan pengolah data statistik yaitu *SEM-PLS 4.1.1.6 (Structural Equation Modelling Partial Least Square)*. Terdapat dua tahapan pengolahan data pada penelitian ini yaitu, uji *outer model* dan uji *inner model*. Pembahasan dari pengolahan data dari tiap tahapan dapat dilihat dibawah ini:

3.7.1 Outer Model (Pengukuran Model)

Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015), *outer model* atau model pengukuran menggambarkan hubungan antara indikator-

indikator dengan variabel laten yang diwakilinya. Model ini secara spesifik menjelaskan keterkaitan antara setiap variabel laten dengan indikator-indikator pembentuknya, sehingga *outer model* berfungsi untuk mendefinisikan sejauh mana indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur (Putra, 2021). Pengujian yang dilakukan pada *outer model* meliputi beberapa tahapan sebagai berikut:

1. *Convergent validity*

Convergent validity digunakan untuk mengukur sejauh mana indikator memiliki korelasi yang kuat dengan variabel yang diwakilinya. Suatu indikator dinyatakan valid apabila nilai loading yang dimilikinya >0.6 .

Apabila terdapat indikator dengan nilai loading factor di bawah ambang batas tersebut, maka indikator tersebut harus dieliminasi karena dianggap tidak valid dan tidak dapat dilanjutkan ke tahap pengujian berikutnya. Setelah indikator-indikator yang tidak valid dihapus, pengujian *convergent validity* dilakukan kembali hingga seluruh indikator menunjukkan nilai loading factor di atas 0,6, sehingga instrumen dinyatakan valid dan layak untuk digunakan dalam analisis lanjutan (Ramadhan & Djunaidi, 2023).

2. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity merupakan pengujian untuk menilai sejauh mana suatu konstruk dapat dibedakan dari konstruk lainnya dalam model penelitian. Validitas diskriminan dapat diketahui melalui nilai *cross loading*, yaitu dengan membandingkan nilai

loading suatu indikator terhadap konstruk yang diukur dengan nilai loading-nya terhadap konstruk lain. Suatu indikator dinyatakan memenuhi validitas diskriminan apabila nilai loading terhadap konstruk yang dituju lebih tinggi dibandingkan dengan loading terhadap konstruk lainnya (Ramadhan & Djunaidi, 2023).

3. *Composite Reliability*

Composite Reliability berfungsi untuk menilai tingkat konsistensi internal antarindikator dalam mengukur suatu variabel laten, di mana suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai *Composite Reliability*-nya melebihi 0,70. Pengujian ini kemudian dapat diperkuat melalui analisis *Cronbach's Alpha*, yang juga mengukur konsistensi internal instrumen. Suatu variabel dikategorikan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60 (Huda, 2022). Dengan demikian, penggunaan kedua metode ini secara bersamaan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kestabilan dan konsistensi instrumen penelitian.

3.7.2 Uji Inner Model (Model Struktural)

Model struktural adalah model yang menggambarkan hubungan kausalitas (sebab-akibat) antar variabel laten (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung). Dengan kata lain, inner model ini memetakan bagaimana satu konstruk memengaruhi konstruk lain menjadi variabel dependen atau mediator dalam model tersebut. Pengujian yang dilakukan pada model struktural adalah uji R-Square. Nilai R-Square dapat diklasifikasikan ke

dalam tiga tingkat kekuatan. Nilai R^2 yang melebihi 0,67 dikategorikan memiliki pengaruh yang kuat. Sementara itu, nilai yang berada dalam kisaran 0,33 hingga 0,67 dianggap memiliki pengaruh sedang (*moderate*). Nilai antara 0,19 sampai 0,33 termasuk dalam kategori pengaruh yang lemah.

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji Parsial (Uji T)

Menurut Hussein (dalam Mariska, 2024), pengujian nilai pada tahap ini dilakukan dengan memperhatikan nilai *t-statistic* dan *p-value*. Dalam aplikasi SmartPLS, nilai *t-statistic* dan *p-value* diperoleh melalui hasil proses *bootstrapping*. Pengujian hipotesis menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5 persen dengan batas nilai *t-statistic* sebesar 1,96. Hipotesis alternatif diterima apabila nilai *p-value* $< 0,05$ dan *t-statistic* $> 1,96$, yang menunjukkan bahwa pengaruh antarvariabel bersifat signifikan. Sebaliknya, hipotesis ditolak apabila nilai *p-value* $\geq 0,05$ dan *t-statistic* $\leq 1,96$, yang menunjukkan bahwa pengaruh antarvariabel tidak signifikan.

3.8.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji F merupakan pengujian signifikansi model yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen. Melalui pengujian simultan, dapat diketahui apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh secara kolektif terhadap variabel dependen (Mariska, 2024).

Statistik pengujian yang digunakan dalam uji simultan adalah uji F, yang dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F_{hit} = \frac{R^2(n-k-1)}{(1-R^2)2}$$

Keterangan:

R^2 : Nilai R-Square

n : Jumlah sampel

k : Jumlah variabel endogen

Pengujian pengaruh simultan dari kedua variabel independen terhadap dependen digunakan F kriteria sebagai berikut:

1. H_a : ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, yang berarti bahwa kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
2. H_a : diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, yang berarti bahwa kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Kabupaten Aceh Besar resmi menjadi daerah otonomi berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1956, dengan Banda Aceh sebagai ibu kota pada masa itu. Namun, seiring meningkatnya kebutuhan pembangunan dan perluasan wilayah administrasi, Banda Aceh dinilai tidak lagi efektif sebagai pusat pemerintahan. Oleh karena itu, lokasi ibu kota Kabupaten Aceh Besar kemudian dipindahkan ke Kota Jantho untuk mendukung penyelenggaraan pemerintahan yang lebih optimal, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Secara geografis, Kabupaten Aceh Besar terletak pada posisi $5^{\circ} 2' - 5^{\circ} 8' \text{ LU}$ dan $95^{\circ} 50' - 95^{\circ} 58' \text{ BT}$. Adapun batas-batas wilayahnya meliputi: sebelah utara berbatasan dengan Selat Malaka dan Kota Banda Aceh, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Aceh Jaya, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Pidie, serta sebelah barat berbatasan dengan Samudra Hindia.

Secara administratif, Aceh Besar terdiri dari 23 kecamatan dengan total 599 desa dan 5 kelurahan. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 2.974,12 km². Pada tahun 2024, jumlah penduduknya mencapai sekitar 439.050 jiwa dengan rasio jenis kelamin yang relatif seimbang, yaitu 218.118 laki-laki dan 217.180 perempuan. Tingkat kepadatan penduduk di kabupaten ini tercatat sebesar 149 jiwa per km², yang jauh lebih rendah dibandingkan Kota Banda

Aceh yang memiliki kepadatan penduduk sangat tinggi, yakni sekitar 4.745 jiwa per km (BPS. Aceh Besar dalam Angka, 2024).

Dalam penelitian ini, fokus diarahkan pada dua kecamatan di Kabupaten Aceh Besar yang memiliki dinamika sosial-ekonomi cukup tinggi, yaitu Kecamatan Darussalam dan Kecamatan Baitussalam. Kecamatan Darussalam memiliki luas wilayah sekitar 38,43 km² dan terdiri atas 29 gampong yang terbagi ke dalam tiga mukim, yaitu Mukim Lambaro Angan, Mukim Siem, dan Mukim Tungkop. Luas wilayah yang relatif besar serta jumlah gampong yang banyak menunjukkan heterogenitas aktivitas sosial dan ekonomi masyarakat. Sementara itu, Kecamatan Baitussalam memiliki luas wilayah sekitar 20,84 km² dan terdiri atas 13 gampong, antara lain Baet, Blang Krueng, Cadek, Kajhu, Klieng Cot Aron, Lam Asan, Lam Ujong, dan Lambada Lhok. Meskipun wilayahnya lebih kecil dibandingkan Darussalam, Baitussalam merupakan kawasan pesisir yang berkembang dengan aktivitas ekonomi dan sosial yang cukup intens. Jumlah gampong yang relatif banyak serta karakteristik wilayah yang berbeda pada kedua kecamatan tersebut mencerminkan keberagaman aktivitas sosial dan ekonomi masyarakat, termasuk meningkatnya pemanfaatan layanan digital. Kondisi ini menjadikan Kecamatan Darussalam dan Baitussalam relevan sebagai lokasi penelitian yang mengkaji kualitas layanan, literasi keuangan, serta minat masyarakat dalam menggunakan layanan keuangan digital, khususnya mobile banking (BPS Aceh Besar, 2023).

4.2 Gambaran Umum Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

4.2.1 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

UMKM memiliki peranan strategis dalam menopang struktur perekonomian Kabupaten Aceh Besar. Hal ini tercermin dari besarnya kontribusi sektor–sektor berbasis UMKM seperti pertanian, perdagangan, serta industri pengolahan, yang secara konsisten menempati posisi utama dalam pembentukan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Berdasarkan BPS Kabupaten Aceh Besar (2024), sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan menjadi penyumbang terbesar PDRB dengan kontribusi 21,33 persen, diikuti sektor konstruksi 19,26 persen dan sektor perdagangan besar dan eceran 17,33 persen. Sektor perdagangan bahkan mencatat laju pertumbuhan positif 7,76 persen, yang menunjukkan tingginya aktivitas ekonomi serta berkembangnya usaha mikro dan kecil di wilayah tersebut.

Potensi UMKM semakin terlihat dari struktur ketenagakerjaan di Aceh Besar. Data BPS Kabupaten Aceh Besar (2024) menunjukkan bahwa mayoritas penduduk bekerja pada sektor jasa (51 persen) disusul sektor pertanian (29 persen). Dari sisi status pekerjaan, buruh/karyawan (43 persen) dan pekerja mandiri (26 persen) mendominasi angkatan kerja, mengindikasikan bahwa UMKM berperan penting dalam menyerap tenaga kerja dan menyediakan peluang usaha mandiri. Sektor industri pengolahan yang berkaitan erat dengan aktivitas UMKM masih berada pada tahap pertumbuhan. Menurut BPS Kabupaten Aceh Besar (2024),

kontribusinya terhadap PDRB adalah 2,33 persen, dengan perlambatan laju pertumbuhan menjadi 2,41 persen pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan UMKM masih lebih banyak bergerak di sektor hulu seperti pertanian dan perdagangan, sementara sektor hilir berbasis pengolahan produk membutuhkan dukungan agar berkembang optimal.

Dari sisi infrastruktur, BPS Kabupaten Aceh Besar (2024) mencatat bahwa sarana penunjang ekonomi seperti restoran/rumah makan berjumlah 285 unit, hotel sebanyak 8 unit dengan 336 kamar, serta jaringan jalan sepanjang 1.279,44 km, dengan 71 persen di antaranya sudah beraspal. Infrastruktur ini memperkuat mobilitas pelaku UMKM dan mendukung akses pemasaran.

Secara keseluruhan, UMKM di Kabupaten Aceh Besar memiliki peran penting dalam menggerakkan aktivitas ekonomi, meningkatkan pendapatan masyarakat, memperluas kesempatan kerja, dan memperkuat ekonomi lokal. Namun demikian, optimalisasi inovasi, akses pembiayaan, serta percepatan hilirisasi industri masih diperlukan agar UMKM dapat memberikan kontribusi yang lebih besar di masa mendatang (BPS Kabupaten Aceh Besar, 2024).

4.2.2 Visi dan Misi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Setiap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) umumnya memiliki visi misi sebagai arah dalam mengembangkan usaha serta membangun daya saing. Berikut merupakan visi dan misi UMKM secara umum:

Visi:

Mewujudkan Koperasi dan UMKM Aceh yang kuat, mandiri, serta memiliki daya saing tinggi.

Misi:

1. Mengoptimalkan kualitas kelembagaan Koperasi dan UMKM agar mampu berfungsi secara efektif dan berkelanjutan.
2. Mendorong peningkatan produktivitas serta memperkuat daya saing usaha Koperasi dan UMKM di berbagai sektor.
3. Memperluas akses terhadap fasilitas pembiayaan dan jaringan pemasaran guna mendukung pertumbuhan Koperasi dan UMKM.
4. Meningkatkan kapasitas dan kompetensi sumber daya manusia dalam lingkungan Koperasi dan UMKM.

4.3 Gambaran Umum Responden

Penyesuaian dengan judul penelitian yang diangkat oleh peneliti yaitu: “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Literasi Keuangan Syariah Digital terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Aceh Besar)”. Sampel atau responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 150 responden, yang seluruhnya merupakan pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Besar.

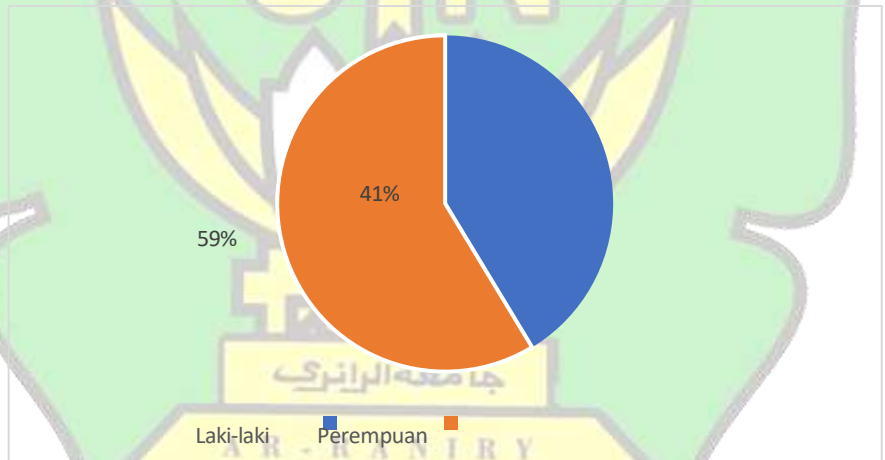
4.4 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini karakteristik responden yang diidentifikasi melibatkan beberapa kriteria seperti jenis kelamin, usia responden, jenis usaha, lama usaha yang telah dijalankan dan pendidikan terakhir. Berikut ini disajikan Gambaran deskriptif hasil identifikasi sebagai berikut:

4.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut data karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden, antara lain

Gambar 4.1
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Data diolah, 2026

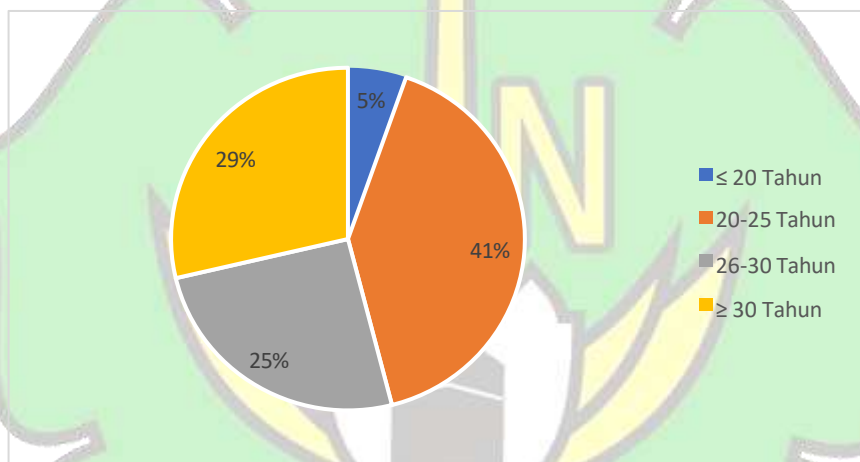
Berdasarkan Gambar 4.1, menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 62 orang dengan persentase 41%. Sementara itu, responden berjenis kelamin perempuan

berjumlah 88 orang dengan persentase 59%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

4.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia responden, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

Gambar 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia



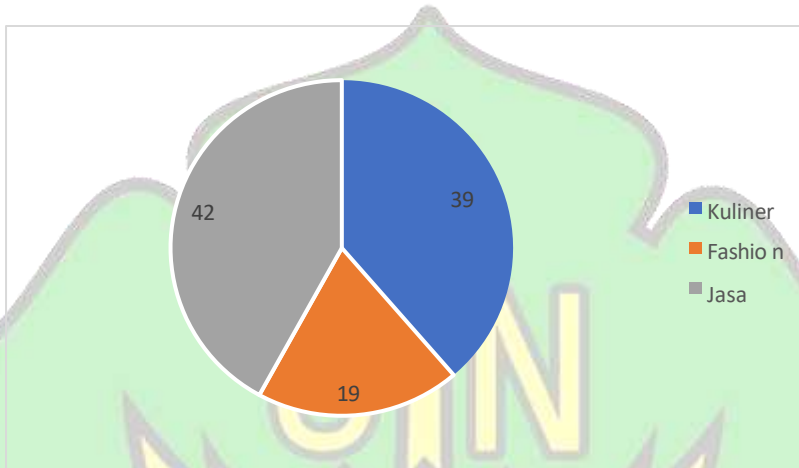
Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Gambar 4.2, dapat diketahui bahwa responden dengan rentang usia ≤ 20 tahun berjumlah 8 orang dengan persentase 5%. Responden dengan usia 20–25 tahun berjumlah 61 orang atau sebesar 41%. Selanjutnya, responden dengan usia 26–30 tahun berjumlah 38 orang dengan persentase 25%, sedangkan responden dengan usia ≥ 30 tahun berjumlah 43 orang atau sebesar 29%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada rentang usia 20–25 tahun.

4.4.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Usaha

Berikut karakteristik berdasarkan jenis usaha dapat diuraikan sebagai berikut:

Gambar 4.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Usaha



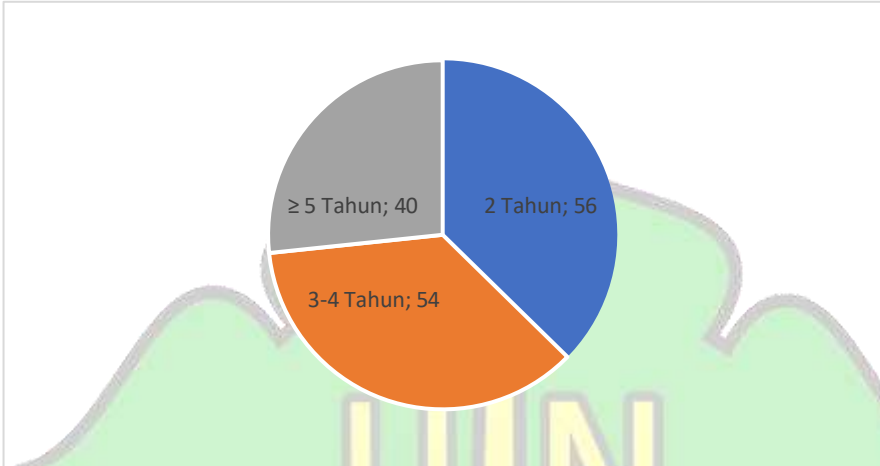
Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Gambar 4.3, menunjukkan bahwa responden dengan jenis usaha jasa berjumlah 63 orang. Responden dengan jenis usaha kuliner berjumlah 58 orang dengan persentase 39%, sedangkan responden dengan jenis usaha fashion berjumlah 29 orang dengan persentase 19%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa jenis usaha yang paling banyak dijalankan oleh responden adalah usaha jasa.

4.4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berdirinya Usaha

Berdasarkan jenis usaha responden, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

Gambar 4.4
Karakteristik Berdasarkan Lama Berdirinya Usaha



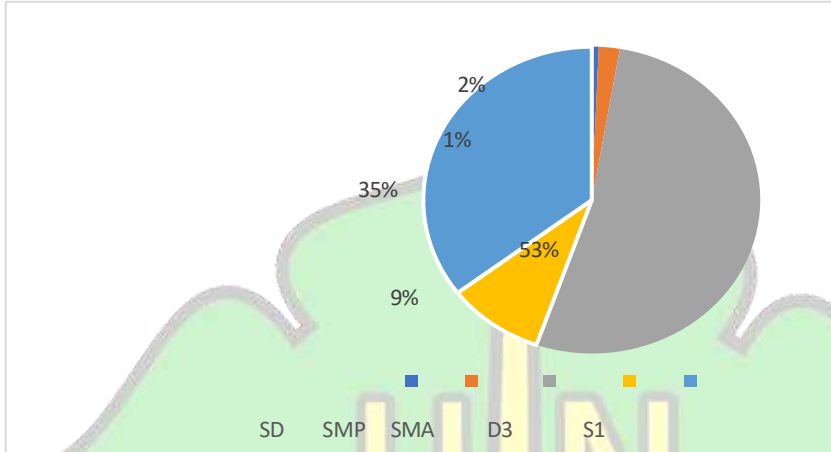
Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Gambar 4.4, menunjukkan bahwa responden dengan lama berdirinya usaha 2 tahun berjumlah 56 orang dengan persentase 37%. Responden dengan lama usaha 3–4 tahun berjumlah 54 orang atau sebesar 36%, sedangkan responden dengan lama usaha ≥ 5 tahun berjumlah 40 orang dengan persentase 27%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah menjalankan usahanya selama 2 hingga 4 tahun.

4.4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan Pendidikan terakhir responden, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

Gambar 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Gambar 4.5, menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan terakhir Sekolah Dasar (SD) berjumlah 1 orang dengan persentase 1%. Responden dengan pendidikan terakhir Sekolah Menengah Pertama (SMP) berjumlah 3 orang atau sebesar 2%. Selanjutnya, responden dengan pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA) berjumlah 79 orang dengan persentase 53%, yang merupakan jumlah terbanyak dalam penelitian ini. Responden dengan pendidikan terakhir Diploma 3 (D3) berjumlah 14 orang atau sebesar 9%, sedangkan responden dengan pendidikan terakhir Strata 1 (S1) berjumlah 53 orang dengan persentase 35%.

4.5 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM.

4.5.1 Variabel Kualitas Layanan (X₁)

Variabel literasi keuangan syariah digital disusun atas sejumlah indikator yang berperan sebagai komponen pembentuk variabel tersebut. Uraian mengenai indikator-indikator literasi keuangan syariah digital dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.1
Karakteristik Jawaban Kualitas Layanan (X₁)

Indikator	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Modus
X1.1	1	3	40	48	58	5
X1.2	0	8	29	60	53	4
X1.3	1	7	20	52	70	5
X1.4	1	6	29	50	64	5
X1.5	1	6	30	62	51	4
X1.6	0	3	31	56	60	5
Kualitas Layanan (X₁)						5

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.1, analisis deskriptif dengan menggunakan nilai modus menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Layanan (X₁) cenderung berada pada kategori Sangat Setuju. Hal tersebut terlihat pada sebagian besar indikator, yaitu X1.1, X1.3, X1.4, dan X1.6, yang memiliki frekuensi jawaban tertinggi pada kategori tersebut. Adapun pada indikator X1.2 dan X1.5, jawaban responden paling

banyak berada pada kategori Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa responden menilai kualitas layanan yang diteliti telah berjalan dengan baik dan sesuai dengan harapan.

Secara umum, dominasi jawaban pada kategori Setuju dan Sangat Setuju mencerminkan bahwa responden memberikan penilaian yang positif terhadap kualitas layanan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X1) dipersepsikan baik oleh responden dan mampu memberikan kepuasan dalam penggunaannya.

4.5.2 Variabel Literasi Keuangan Syariah digital (X²)

Variabel literasi keuangan syariah digital disusun atas sejumlah indikator yang berperan sebagai komponen pembentuk variabel tersebut. Uraian mengenai indikator-indikator literasi keuangan syariah digital dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.2
Karakteristik Jawaban Literasi Keuangan Syariaiah Digital (X₂)

Indikator	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Modus
X2.1	1	2	41	55	51	4
X2.2	0	5	32	70	43	4
X2.3	2	7	33	47	61	5
X2.4	1	7	31	55	56	5
Literasi Keuangan Syariah digital (X₂)						5

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.2 hasil analisis deskriptif, diketahui bahwa modus jawaban responden terhadap variabel Literasi

Keuangan Syariah Digital (X2) menunjukkan kecenderungan pada kategori Setuju dan Sangat Setuju. Pada indikator X2.1 dan X2.2, jawaban yang paling banyak dipilih responden berada pada kategori Setuju, sedangkan pada indikator X2.3 dan X2.4 modus jawaban berada pada kategori Sangat Setuju.

Hasil tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki pemahaman dan penilaian yang baik terhadap aspek-aspek literasi keuangan syariah digital yang diukur dalam penelitian ini. Dominannya jawaban pada kategori Setuju dan Sangat Setuju menunjukkan bahwa responden cenderung menerima dan memahami konsep serta penerapan literasi keuangan syariah digital. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah Digital (X2) dipersepsikan baik oleh responden dan telah mencerminkan tingkat literasi yang memadai.

4.5.3 Variabel Minat Menggunakan Mobile Banking (Y)

Variabel minat menggunakan *mobile banking* disusun atas sejumlah indikator yang berperan sebagai komponen pembentuk variabel tersebut. Uraian mengenai indikator-indikator minat menggunakan *mobile banking* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Jawaban Minat Menggunakan Mobile Banking (Y)

Indikator	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Modus
Y.1	2	3	34	63	48	4
Y.2	2	6	41	52	49	4

Y.3	1	8	44	49	48	4
Y.4	3	4	41	58	45	4
Y.5	1	7	31	61	50	4
Minat menggunakan Mobile Banking (Y)						4

Sumber; Data diolah 2026

Berdasarkan Tabel 4.3, hasil analisis deskriptif menggunakan modus menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap variabel Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y) didominasi oleh kategori Setuju. Seluruh indikator, yaitu Y.1 hingga Y.5, memiliki modus pada kategori Setuju, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan persetujuan terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan minat menggunakan *mobile banking*.

Dominannya jawaban pada kategori Setuju mengindikasikan bahwa responden memiliki kecenderungan minat yang cukup tinggi dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini mencerminkan adanya penerimaan dan ketertarikan responden terhadap penggunaan *mobile banking* sebagai sarana transaksi perbankan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y) berada pada kategori baik, yang menunjukkan bahwa responden memiliki minat yang positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

4.6 Hasil Uji Intrument Penelitian

4.6.1 Perencanaan Model Pengukuran (*Outer Model*)

Terdapat tiga kriteria didalam penggunaan Teknik analisis data dengan Smart Pls untuk menilai outer model yaitu, *convergen validity*, *discriminat validity*, dan *composite realibility*. Berikut merupakan skema model program Smart PLS dengan penilaian outer model.



Gambar 4.6 Skema Outer Model

Adapun hasil penelitian dari pengukuran outer model diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Pengujian Outer Model

Indikator	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Kualitas Layanan (X1)	0.874	0.538
Literasi keuangan Syariah Digital (X2)	0.859	0.603
Minat menggunakan mobile banking (Y)	0.883	0.602

Sumber: Data diolah SmartPls 4.1.1.6

Berdasarkan Tabel 4.4, nilai *composite reliability* pada seluruh variabel penelitian menunjukkan angka di atas 0,70. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted (AVE)* pada setiap variabel juga telah melampaui batas minimum sebesar 0,50. Menurut Hair et al., suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *composite reliability* $\geq 0,70$ dan memenuhi validitas konvergen apabila nilai *AVE* $\geq 0,50$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria uji reliabilitas dan validitas, sehingga data dinyatakan layak untuk digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

1. *Convergent Validity (Uji Validitas)*

Convergen Validity merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu indikator mampu berkorelasi secara positif dengan indikator lain yang mengukur konstruk yang sama. Pada konstruk reflektif, setiap indikator dipandang sebagai pendekatan yang berbeda untuk merepresentasikan konstruk laten yang sama, sehingga indikator-indikator tersebut diharapkan saling berkonvergensi dan memiliki proporsi variansi bersama yang tinggi. Pengujian *Convergen Validity* dilakukan dengan memperhatikan nilai *outer loading*.

Menurut Imam Ghazali, indikator dengan nilai *outer loading* pada kisaran 0,50–0,60 masih dapat dianggap cukup untuk memenuhi kriteria *Convergent Validity*, selama indikator tersebut tetap relevan secara teoritis dan mampu merepresentasikan konstruk yang diukur (Mariska, 2024).

Tabel 4.5
Data Hasil Pengujian *Convergen Validity* menggunakan *Outer Loading*

		Literasi Keuangan Syariah	Minat Menggunakan Mobile Banking (Y)
X1.1	0.618		
X1.2	0.758		
X1.3	0.791		
X1.4	0.711		
X1.5	0.802		
X1.6	0.705		
X2.1		0.758	
X2.2		0.752	
X2.3		0.802	
X2.4		0.794	
Y.1			0.804
Y.2			0.731
Y.3			0.772
Y.4			0.770
Y.5			0.800

Sumber: Data diolah SmartPls 4.1.1.6

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa nilai *outer loading* pada masing-masing indikator menunjukkan angka lebih besar dari 0,50. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh indikator telah memenuhi kriteria nilai signifikansi yang dipersyaratkan. Dengan demikian, konstruk penelitian dinyatakan valid karena seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* di atas batas minimum yang ditetapkan, sehingga telah memenuhi uji *convergen validity*.

Tahap selanjutnya dalam mengevaluasi validitas konvergen, selain memperhatikan nilai *factor loading*, adalah dengan melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Suatu konstruk dinyatakan memenuhi kriteria validitas konvergen apabila nilai AVE yang diperoleh lebih besar dari 0,50. Berikut merupakan hasil penilaian AVE dari penelitian ini:

Tabel 4.6
Hasil Pengujian *Convergen Validity* menggunakan *Average Variance Extraxted*

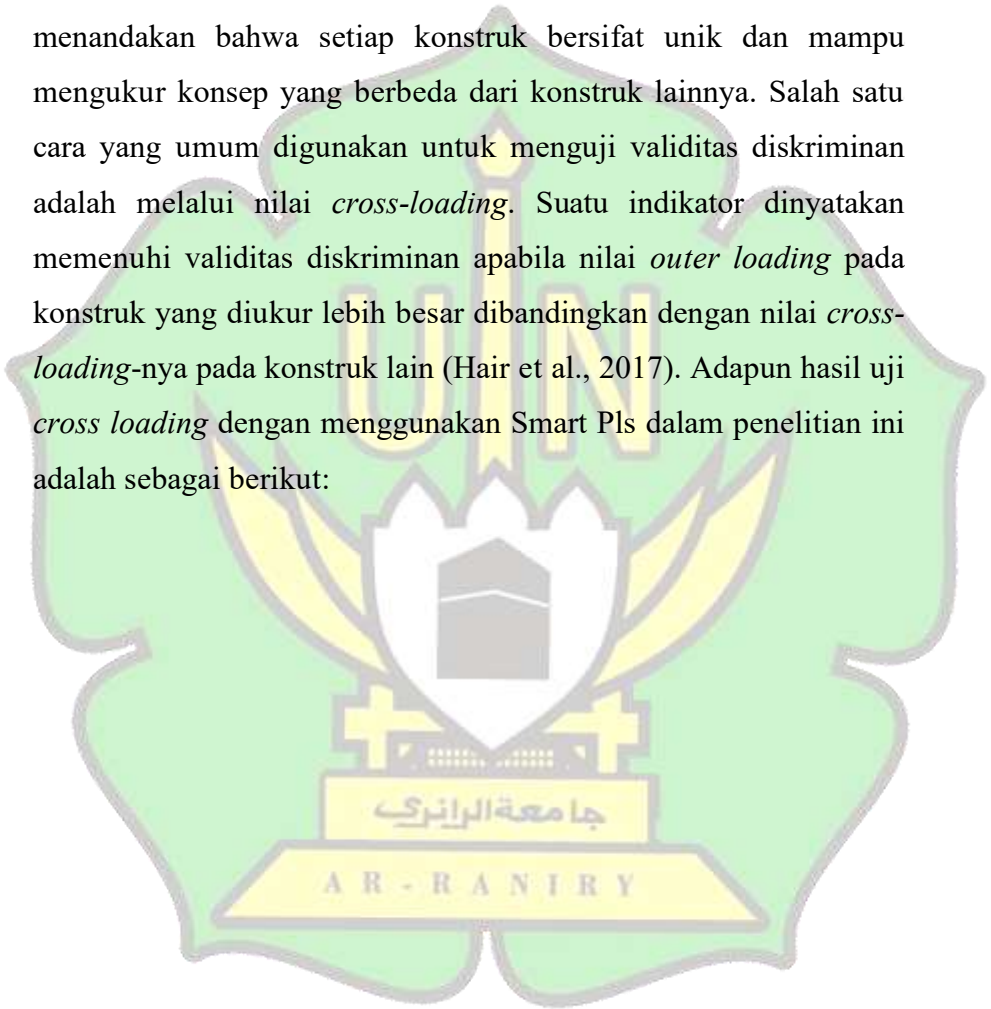
Indikator	<i>Average variance extracted (AVE)</i>	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0.538	Valid
Literasi Keuangan Syariah Digital (X2)	0.603	Valid
Minat Menggunakan Mobile Banking (Y)	0.602	Valid

Sumber: Data diolah SmartPls 4.1.1.6

Berdasarkan hasil pengujian validitas konvergen yang ditunjukkan pada tabel di atas, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk variabel kualitas layanan sebesar 0,538, variabel literasi keuangan syariah digital sebesar 0,603, dan variabel minat menggunakan *mobile banking* sebesar 0,602. Seluruh nilai AVE tersebut berada di atas batas minimum sebesar 0,50. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas konvergen (*convergent validity*), sehingga indikator-indikator yang digunakan dinyatakan valid dan layak untuk dilanjutkan pada tahap analisis berikutnya.

2. *Discriminant Validity*

Discriminant validity menunjukkan sejauh mana suatu konstruk memiliki perbedaan yang jelas dengan konstruk lainnya dalam suatu model penelitian. *Discriminant validity* yang baik menandakan bahwa setiap konstruk bersifat unik dan mampu mengukur konsep yang berbeda dari konstruk lainnya. Salah satu cara yang umum digunakan untuk menguji validitas diskriminan adalah melalui nilai *cross-loading*. Suatu indikator dinyatakan memenuhi validitas diskriminan apabila nilai *outer loading* pada konstruk yang diukur lebih besar dibandingkan dengan nilai *cross-loading*-nya pada konstruk lain (Hair et al., 2017). Adapun hasil uji *cross loading* dengan menggunakan Smart PLS dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Tabel 4.7
Data Hasil Pengujian *Dicriminant Validity* berdasarkan Cross Loading

	Kualitas Layanan (X1)	Literasi Keuangan Syariah Digital (X2)	Minat meggunakan Mobile Banking
X1.1	0.618	0.055	0.298
X1.2	0.758	0.039	0.441
X1.3	0.791	0.172	0.443
X1.4	0.711	0.138	0.346
X1.5	0.802	0.162	0.467
X1.6	0.705	0.113	0.365
X2.1	0.131	0.758	0.307
X2.2	0.118	0.752	0.332
X2.3	0.157	0.802	0.368
X2.4	0.070	0.794	0.274
Y.1	0.417	0.331	0.804
Y.2	0.358	0.267	0.731
Y.3	0.467	0.266	0.772
Y.4	0.380	0.383	0.770
Y.5	0.474	0.361	0.800

Sumber: Data diolah SmartPls 4.1.1.6

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat ditarik kesimpulan bahwa korelasi variabel laten dengan indikator lebih besar dari pada ukuran variabel latennya, hal ini menunjukkan bahwa konstruk laten pada blok lebih baik dari pada ukuran blok lainnya. Selain itu nilai *cross loading* dalam suatu variabel sudah lebih dari 0.50. hal ini menunjukkan bahwa analisis dari *cross loading* tidak terdapat permasalahan pada validitas diskriminan.

3. *Composite Reliability*

Composite reliability merupakan ukuran reliabilitas yang lebih disarankan dibandingkan *Cronbach's alpha* dalam pengujian *convergen validitas* pada model reflektif, karena *Cronbach's alpha* cenderung dapat melebihkan atau meremehkan reliabilitas suatu konstruk. Oleh sebab itu, *composite reliability* lebih banyak digunakan dalam penelitian berbasis PLS karena mampu memberikan estimasi reliabilitas yang lebih akurat. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel atau memenuhi *cronbach's alpha* apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0.7 (Garson, 2016). Adapun tabel nilai *composite reliability* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Data Hasil Pengujian *Composite Reliability* Berdasarkan Cross Loading

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Composite reliability</i>
Kualitas Layanan (X1)	0.827	0.874
Literasi Keuangan Syariah Digital (X2)	0.782	0.859
Minat Menggunakan Mobile Banking (Y)	0.835	0.883

Sumber: Data diolah SmartPls 4.1.1.6

Berdasarkan Tabel 4.8, dapat ditarik kesimpulan bahwa semua konstruk reliabel, baik *cronbach alpha* dan *composite reliability* yang mempunyai nilai diatas 0.70. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam model penelitian ini telah memenuhi kriteria *internal consistency reliability*. Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan pada beberapa tabel sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini telah

memenuhi kriteria *convergent validity*, *discriminant validity*, serta *internal consistency reliability* dengan baik, sehingga instrumen penelitian dinyatakan layak untuk digunakan pada tahap analisis selanjutnya. Berikut ini adalah tabel yang memperhatikan ringkasan validitas dan realibilitas.

Tabel 4.9
Ringkasan Data Hasil Pengujian Outer Model

Variabel	Indikator	Outer loading	Cronbach Alpha	CR	AVE	Discriminant Validity
Kualitas Layanan	X1.1	0.618	0.827	0.874	0.538	VALID
	X1.2	0.758				
	X1.3	0.791				
	X1.4	0.711				
	X1.5	0.802				
	X1.6	0.705				
Literasi Keuangan Syariah Digital	X2.1	0.758	0.782	0.859	0.603	VALID
	X2.2	0.752				
	X2.3	0.802				
	X2.4	0.794				
Minat Menggunakan Mobile Banking	Y.1	0.804	0.835	0.883	0.602	VALID
	Y.2	0.731				
	Y.3	0.772				
	Y.4	0.770				
	Y.5	0.800				

Sumber: Data diolah SmartPls 4.1.1.6

4.6.2 Perencanaan Model Struktural (*Inner Model*)

Penilaian model struktural dengan menggunakan Smart Pls dengan melihat nilai *R-Square* pada setiap variabel laten endogen. Nilai *R-Square* digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital terhadap minat menggunakan *mobile banking*. sekaligus menunjukkan tingkat kekuatan prediktif dari model struktural yang dibangun.

Tabel 4.10
Data Hasil Pengujian Inner Model berdasarkan *R-Square*

	<i>R-Square</i>
Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	0.409

Sumber: Data diolah SmartPls 4.1.1.6

Berdasarkan Tabel diatas, diketahui bahwa nilai R-Square dari minat menggunakan *mobile banking* sebesar 0.409 (kategori sedang). Hal ini menunjukkan bahwa 40,9% variabel minat menggunakan *mobile banking* dapat dipengaruhi oleh variabel kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital sedangkan sisanya sebesar 59,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

4.7 Pengujian Hipotesis

4.7.1 Uji Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan hasil perhitungan model menggunakan aplikasi SmartPLS melalui teknik *bootstrapping*. Metode *bootstrapping* digunakan untuk memperoleh nilai *t-statistic* dan nilai probabilitas (*p-value*), yang selanjutnya dijadikan dasar dalam menentukan penerimaan atau penolakan hipotesis penelitian. Hasil pengujian hipotesis tersebut disajikan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 4.11
Data Hasil Uji Hipotesis

	Original sample(O)	T-statistics	P-Value	Keterangan
X1 -> Y	0.491	8.868	0.000	Diterima
X2 -> Y	0.340	6.003	0.000	Diterima

Sumber: Data diolah SmartPls 4.1.1.6

Dari tabel diatas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

- a. Pengujian hipotesis H1 (diduga kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*). Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa nilai p-value sebesar 0,000 dan nilai t parsial (t-statistic) sebesar 8,868. Karena nilai t parsial $> 1,96$ dan p-value $< 0,05$, maka H1 diterima. Dengan demikian, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
- b. Pengujian hipotesis H2 (diduga literasi keuangan syariah digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*). Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa nilai p-value sebesar 0,000 dan nilai t parsial (t-statistic) sebesar 6,003. Karena nilai t parsial $> 1,96$ dan p-value $< 0,05$, maka H2 diterima. Dengan demikian, literasi

keuangan syariah digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

4.7.2 Uji Simultan (F)

Untuk menguji kedua variabel bebas terhadap terikat, yaitu kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital terhadap minat menggunakan *mobile banking* maka dilakukan uji simultan (Uji f) dengan memperhitungkan nilai R-Square sebesar 0.409 (40,9%) maka dapat diperoleh nilai F hitung se bagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 (n - k - 1)}{(1 - R^2)2}$$
$$F_{hitung} = \frac{0.409(150 - 2 - 1)}{(1 - 0.409)2}$$
$$F_{hitung} = \frac{60.123}{1.182}$$
$$F_{hitung} = 50,9$$

Setelah mengetahui nilai dari F hitung, maka selanjutnya adalah mencari nilai dari F tabel dengan taraf signifikansi α sebesar 0,05 (5%). Berikut merupakan hasil perhitungan F tabel.

$$F_{tabel} = F_{\alpha} (k; n - k - 1)$$
$$F_{tabel} = 0.05 (2; 150 - 2 - 1)$$
$$F_{tabel} = 0.05 (2; 147)$$
$$= 0.3057621$$

Nilai F tabel yang diperoleh dari 2 dan 147 adalah 3,6 Maka F hitung (50,9) > F tabel (3,6), yang berarti bahwa kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

4.8 Pembahasan

Pada bagian ini akan dibahas secara sistematis pengaruh antarvariabel yang telah dirumuskan dalam hipotesis penelitian pada bagian sebelumnya. Pembahasan dilakukan berdasarkan hasil pengujian empiris yang telah diperoleh. Uraian lebih lanjut mengenai masing-masing hubungan antarvariabel disajikan sebagai berikut.

4.8.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Tingginya nilai outer loading pada indikator sistem aplikasi mengindikasikan bahwa responden sangat memperhatikan aspek-aspek teknis dalam penggunaan *mobile banking*, seperti kemudahan navigasi aplikasi, kestabilan sistem, kecepatan akses, serta keandalan fitur yang disediakan. Aspek-aspek tersebut menjadi faktor utama dalam membentuk persepsi responden terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh pihak perbankan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fandi (2019) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Kualitas layanan yang baik, terutama yang berkaitan

dengan kemudahan penggunaan aplikasi, keandalan sistem, keamanan transaksi, serta kecepatan layanan, terbukti mampu meningkatkan minat nasabah dalam memanfaatkan layanan mobile banking. Temuan ini diperkuat oleh hasil penelitian Arwin (2024) yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking pada Bank Muamalat, termasuk pada pelaku UMKM.

Dalam konteks pelaku UMKM, kualitas layanan perbankan digital menjadi faktor yang sangat penting karena mendukung aktivitas transaksi usaha sehari-hari. Sistem aplikasi *mobile banking* yang stabil, mudah digunakan, dan aman akan meningkatkan rasa percaya serta kenyamanan pengguna. Oleh karena itu, indikator sistem aplikasi (X1.5) dengan nilai outer loading sebesar 0,802 berperan strategis dalam memperkuat pengaruh kualitas layanan terhadap minat menggunakan *mobile banking* secara berkelanjutan.

4.8.2 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Digital terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh nilai t parsial sebesar $0,340 < 1,96$ dengan nilai signifikansi (p -value) sebesar $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah digital berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hasil ini menegaskan bahwa variabel literasi keuangan syariah digital memiliki peranan penting dalam membentuk minat responden

terhadap penggunaan layanan *mobile banking*.

Pengaruh signifikan tersebut juga diperkuat oleh hasil pengujian indikator, di mana indikator sikap (X2.3) memperoleh nilai loading factor tertinggi sebesar 0,802 dibandingkan indikator lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa sikap positif pelaku UMKM terhadap penggunaan layanan keuangan syariah digital merupakan aspek yang paling dominan dalam membentuk literasi keuangan syariah digital. Sikap yang positif, seperti penerimaan terhadap teknologi perbankan digital, kepercayaan terhadap keamanan layanan, serta keyakinan terhadap kesesuaian layanan dengan prinsip syariah, mendorong peningkatan minat penggunaan *mobile banking*.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Auirenza Nurul Fitrah dan Irham Pakawaru (2025) yang menyatakan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* syariah. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman dan sikap masyarakat terhadap penggunaan teknologi keuangan digital, maka semakin tinggi pula minat mereka dalam memanfaatkan layanan *mobile banking* syariah untuk mendukung aktivitas keuangan sehari-hari.

Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung temuan Muhajir Aminy (2025) yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI). Penelitian

tersebut menegaskan bahwa pemahaman terhadap prinsip-prinsip keuangan syariah, seperti larangan riba, gharar, dan maysir, serta pemahaman terhadap produk dan layanan perbankan syariah digital, dapat meningkatkan kepercayaan dan membentuk sikap positif nasabah terhadap penggunaan mobile banking syariah.

Keterkaitan antara hasil penelitian ini dan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah digital merupakan faktor penting dalam mendorong minat penggunaan *mobile banking*, khususnya pada pelaku UMKM. Pelaku UMKM yang memiliki tingkat literasi keuangan syariah digital yang baik, terutama pada aspek sikap, akan lebih memahami manfaat, kemudahan, serta kesesuaian layanan mobile banking syariah dengan prinsip syariah, sehingga meningkatkan minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan.

4.8.3 Pengaruh Kualitas Layanan dan Literasi Keuangan Syariah Digital terhadap Minat menggunakan *Mobile Banking*

Kualitas pelayanan dan literasi keuangan syariah digital merupakan faktor penting yang memengaruhi minat pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menggunakan layanan *mobile banking* syariah. Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) yang telah dilakukan menyatakan bahwa nilai F hitung (50,9) > F tabel (3,6), yang berarti bahwa kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan

mobile banking.

Penelitian yang dilakukan oleh Triwibowo and dan Sya^{adi} (2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, yang mencakup kemudahan penggunaan aplikasi, keandalan sistem, keamanan transaksi, serta responsivitas layanan, berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* syariah. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Putri Ardia Pramesti (2025) yang menyatakan bahwa kualitas layanan digital mampu meningkatkan minat penggunaan *mobile banking* pada perbankan syariah.

Kualitas pelayanan, literasi keuangan syariah digital juga berperan penting dalam membentuk pemahaman dan kepercayaan pengguna terhadap produk perbankan syariah berbasis digital. Penelitian Nurul Fitrah, Pakawaru, dan Munir (2025) membuktikan bahwa literasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* syariah. Hal serupa juga dikemukakan oleh Firdaus (2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap sikap dan loyalitas nasabah, yang mencerminkan minat dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian-penelitian terdahulu tersebut, di mana kualitas pelayanan dan literasi keuangan syariah digital terbukti berpengaruh positif terhadap minat UMKM dalam menggunakan *mobile banking*. Semakin rendah kualitas pelayanan dan tingkat literasi keuangan syariah

digital, maka minat UMKM untuk menggunakan *mobile banking* cenderung menurun. Sebaliknya, semakin baik kualitas pelayanan serta semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah digital, maka minat UMKM dalam menggunakan *mobile banking* akan semakin meningkat.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital terhadap minat menggunakan mobile banking pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Aceh Besar, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Dalam konteks pelaku UMKM, kualitas layanan perbankan digital sangat penting karena mendukung aktivitas transaksi usaha sehari-hari. Sistem aplikasi *mobile banking* yang stabil, mudah digunakan, dan aman meningkatkan rasa percaya serta kenyamanan pengguna, sehingga mendorong minat mereka untuk menggunakan layanan ini secara berkelanjutan.
2. Literasi keuangan syariah digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Pelaku UMKM yang memiliki sikap positif terhadap layanan keuangan syariah digital meliputi penerimaan terhadap teknologi perbankan digital, kepercayaan terhadap keamanan layanan, serta keyakinan pada kesesuaian prinsip syariah cenderung lebih berminat menggunakan *mobile banking*.

3. Secara simultan, kualitas layanan dan literasi keuangan syariah digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan yang didukung oleh pemahaman yang baik mengenai literasi keuangan syariah digital mampu mendorong minat penggunaan *mobile banking* secara lebih optimal.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian yang telah diperoleh, maka beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank

Sejalan dengan fokus penelitian ini, perbankan syariah disarankan untuk lebih memprioritaskan peningkatan kualitas layanan *mobile banking* sebagai upaya dalam meningkatkan minat pelaku UMKM untuk menggunakan layanan tersebut. Peningkatan kualitas layanan dapat dilakukan melalui pengembangan aplikasi yang mudah dioperasikan, penyediaan sistem yang andal dan stabil, serta pemberian jaminan keamanan transaksi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Selain itu, perbankan syariah juga diharapkan dapat meningkatkan literasi keuangan syariah digital melalui kegiatan edukasi, sosialisasi, dan pendampingan kepada pelaku UMKM, sehingga mereka mampu memahami manfaat serta mekanisme penggunaan *mobile banking* secara optimal.

2. Bagi Pelaku UMKM

Pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan literasi keuangan syariah digital agar memiliki pengetahuan yang memadai terkait pemanfaatan layanan *mobile banking*. Penggunaan *mobile banking* yang tepat diharapkan dapat meningkatkan minat penggunaan layanan tersebut, khususnya dalam mendukung aktivitas transaksi usaha yang lebih efisien, aman, dan sesuai dengan prinsip syariah. Dengan pemahaman yang baik terhadap kualitas layanan yang tersedia, pelaku UMKM diharapkan mampu memanfaatkan *mobile banking* sebagai sarana pengelolaan keuangan usaha secara berkelanjutan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian ini dengan tetap mengkaji variabel kualitas layanan, literasi keuangan syariah digital, dan minat menggunakan *mobile banking* pada pelaku UMKM. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang relevan agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan *mobile banking*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Arum Sari, D.F. P., & Retnaningsih, D. A. (2023). Keutamaan Orang Berilmu Dalam Al- Qur'an Surat Al-Mujadalah Ayat 11. *Tarbiya Islamica*, 10(2), 118–129.
- Arwin. (2024). Pada Bank Muamalat Terhadap Minat Nasabah. 1080–1086.
- Aurenza Nurul Fitrah, Irham Pakawaru, N. M. (2025). Pengetahuan Dan Literasi Digital Menggunakan Mobile Banking Syariah Terhadap Minat. 2(2), 352–371.
- Bank Indonesia. (2024). *Perkembangan sistem pembayaran dan QRIS di Indonesia*. Bank Indonesia.
- Badaruddin, & Risma. (2021). Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak). *Jurnal Margin*, 1(1), 36122.
- Bakhtiar, M. R., & Kartika, E. (2020). Faktor-Faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Syariah Mandiri. 6(3), 156–167.
- BPS: Aceh Besar Dalam Angka, 2024
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Aceh Besar. (2024). *Kecamatan Darussalam Dalam Angka 2024*. Aceh Besar: BPS Kabupaten Aceh Besar.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Aceh Besar. (2024). *Kecamatan Baitussalam Dalam Angka 2024*. Aceh Besar: BPS Kabupaten Aceh Besar.
- Dahlia, M. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah (Studi pada Dosen UIN Ar-Raniry) (Skripsi, UIN Ar-Raniry).

- Dewi, R. S. (2025). Analisis Pengaruh Hubungan Antara Uang Saku Dan Literasi Keuangan Dengan Perilaku Konsumsi Siswa: (Studi Kasus Pada SMAS Al-Kahfi Islamic Boarding School). *Journal Of New Trends In Sciences*, 3(3), 168–183.
- Djuwita, D., & Yusuf, A. A. (2018). Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 105.
- Erichson, C., & Lestari, D. S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Dan Internet Banking (Studi Kasus Pada PT. Bank Central Asia Tbk KCU Pangkalpinang Tahun 2024). *Jurnal Ilmiah Niaga Bisnis Elektronik*, 4(1), 57–65.
- Fandi, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 110–117.
- Febriansyah, Z., et al. (2024). *Evaluasi UU Cipta Kerja dalam Pengembangan Sektor UMKM. Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 9(8).
- Husna, N., & Wibawa, I. (2024). Analisis Yuridis Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja terhadap Perlindungan Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Kudus. *Jurnal Suara Keadilan*, 25(1).
- Fauzan, M., & Maulana, R. (2023). Determinan minat penggunaan mobile banking syariah di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Firdaus, H. K. A. A. (2024). The Role Of Perceived Service Quality And Islamic Financial Literacy On Customer Loyalty In NTB Syariah Bank. 8(1). <https://doi.org/10.28918/ijibec.v8i1.6809>
- Garbo, A., Ichsan, M. N., Studi, P., Islam, E., & Indonesia, U. I.

- (2024). Evaluasi Literasi Keuangan Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Penggunaan Layanan E-Banking Syariah. *9*(204), 3247–3263.
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares (PLS-SEM)*. Statistical Publishing Associates.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Husna, A. (2024). Pengaruh Layanan Mobile Banking Dan Automatic Teller Machine (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Pelaku UMKM Dikawasan Pusat Perdagangan Kota Banda Aceh).
- Ibrahim, D. (2018). *Al-Qawa'Id Al-Fiqhiyah (Kaidah-Kaidah Fiqih)*.
- Ichsan, M. N. (2023). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Digital Syariah Terhadap Minat Penggunaan E-Banking Syariah. *19*(16423145).
- Khanifah, N. (2008). Kaidah Fiqhiyah Mengenai Hukum Asal Sesuatu Menurut Imam Syâfi'i Dan Imam Abû Hanîfah (Studi Komparatif). *93*.
- Khairunnisa, I., Harmadji, D., Ristiyana, R., Harto, B., Mekaniwati, A., Widjaja, W., Malau, N., Hayati, T., Faried, A., Purwanti, T., & Muhammad, A. (2022). *Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)*. PT Teknologi.
- Lestari, N., Nurcholifah, I., & Hanis, R. (n.d.). Masyarakat Di Kota Pontianak, 171–194.
- Maisyarah, P., & Amalih, I. (2023). Literasi Dalam Al-Qur'an: Tinjauan Tematik Tafsir Al-. *6*(September), 246–263.
- Maimun, B. A. K. M., & Aminy, M. M. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Nasabah Terhadap

- Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Bertais Mandalika. *Jurnal Perbankan Syariah*, 4(1), 146-162.
- Mamlu'ah, A. (2019). Konsep Percaya Diri Dalam Al Qur'an Surat Ali Imran Ayat 139. *Al- Aufa: Jurnal Pendidikan Dan Kajian Keislaman*, 1(1), 30–39.
- Mariska, L. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko MW Shop Kota Parepare (Doctoral dissertation, IAIN ParePare).
- Nanda, T. S. F., Ayumiati, A., & Wahyu, R. (2019). Tingkat Literasi Keuangan Syariah: Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh. *JHIBIZ: Global Journal Of Islamic Banking And Finance*, 1(2), 141.
- Nawang Sari, S., & Widiastuti, R. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada Pt Bank Dki Depok). *Sebatik*, 22(2), 51–55.
- Nurhadi, N. (2020). Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah. *Ekbis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 137.
- Nurhaliza, S., Islam, U., Sumatera, N., Amelia, U., Ningsih, S., Negeri, U. I., Utara, S., & Nurbaiti, U. (2025). Keamanan Data Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(1), 651–662.
- Nurrohman, R. F., & Purbayati, R. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal MAPS (Manajemen Perbankan Syariah)*, 3(2), 140–153.
- Nursiah, N., Ferils, M., & Kamarudin, J. (2022). Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking. *Akuntabel*, 19(1), 91–100.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025, Februari 25). *Transaksi digital perbankan RI capai Rp87 kuadriliun, naik 50,6 persen.*

Tirto.id

- PL-KUMKM. (2024). *Profil literasi dan inklusi keuangan UMKM*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Puspitasari, D. (2024). “Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Religiusitas Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Tinjauan Theory Of Planned Behavior” (Studi Pada Investor Saham Syariah). Skripsi, Fia UII, Yogyakarta.
- Putra, R. (2021). Kinerja Karyawan Melalui Organizational Citizenship Behavior (OCB) Karyawan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan PT. Sawah Solok. 2(2), 989–1001.
- Putri, A. I. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Metro Angkatan 2018). Skripsi.
- Putri, A., & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, Fitur Dan Keamanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep. *Journal Of Islamic Economics*, Institut Ilmu Keislaman Annuqayah.
- Rachman, A. (2023). Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Risiko Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Skripsi, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh).
- Rahmawati, C. K., & Fianto, B. A. (2020). Analisis Deskriptif Pada Dimensi Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(6), 1118.
- Ramadhan, W. K., & Djunaidi, M. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode PLS-SEM. *Umslibrary*, 1–26.
- Ramdani, D. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Marketing, Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap

- Minat Generasi Z Pada Bank Syariah. Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Revita, I., & Suharto, A. (2021). Pengendalian Kualitas Produk Pada Vieyuri Konveksi. *Jurnal Bisnis Net*, 2, 2722–3574.
- Rijal, M. Q., & Indrarin, R. (2022). Pengaruh Literasi Terhadap Inklusi Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(2), 72–79.
- 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.
- Romdhoni, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Generasi Z Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah. IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2588–2593.
- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 226–244.
- Sandu Siyoto & Muhammad Ali Sodiq. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. June 2015, 17.
- Saputra, A. A. (2022). Pengaruh kompensasi, lingkungan kerja dan beban kerja terhadap kepuasan kerja karyawan. *Technomedia Journal*, 7(1), 68–77.
- Saputra, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, Dan Religiusitas Masyarakat Terhadap Penggunaan Mobile Banking Syariah Di Kecamatan Bebesen Aceh Tengah (Skripsi, UIN Ar-Raniry).

- Shaikh, A. A., & Karjaluo, H. (2015). Mobile Banking Adoption: A Literature Review. *Telematics And Informatics*, 32(1), 129–142.
- Septa, D., & Ali, H. (2024). Persepsi Manfaat Kemudahan Terhadap Niat Dalam Penggunaan Aplikasi Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, 6(2).
- Sihombing, P. R., Arsani, A. M., Angraini, W., & Pratiko, W. (2022). Implementasi Model SEM Pada Hubungan IPM, IPD Dan IDM. *Jurnal Bayesian: Jurnal Ilmiah Statistika Dan Ekonometrika*, 2(2), 107–115.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan *research and development* (R&D). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D* Triwibowo, A., & Sy, N. (2025). The Role Of Service Quality In Increasing Interest In Using Islamic Mobile Banking In The Digital Era. *01(01)*, 1–9.
- Tsania, R., & Solekah, N. A. (2023). *Understanding Students' Intention To Use Mobile Banking: Impacted By Ease Of Use, Security, Trust, And Lifestyle Under A Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0)*. *Jurnal Ekonomi*, 12(04), 2023.
- Triwibowo, A., & Sya'adi, N. (2025). The Role of Service Quality in Increasing Interest in Using Islamic Mobile Banking in the Digital Era. *Journal of Islamic Digital Economic and Finance*, 1(01), 1-9.
- Utamie, Z. R., & Mia Selvina. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, E-Service Quality, Dan Jaminan Rasa Aman Terhadap Minat Menggunakan Fintech Peer To Peer Lending Syariah Pada Generasi Milenial Di Kota Bandar Lampung. *QULUBANA: Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(2), 456–473.

- Venkatesh, V., & Morris, M. G. (2000). Why Don't Men Ever Stop to Ask for Directions? Gender, Social Influence, and Their Role in Technology Acceptance and Usage Behavior1. *MIS quarterly*, 24(1), 115-139.
- Winasis, S. (2020). Transformasi Digital Di Industri Perbankan Indonesia: Impak Pada Stress Kerja Karyawan. *Iqtishadia Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 7(1), 55–64.
- Yasin, R. M., Lailiyah, N., & Edris, M. (2021). Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah Terhadap Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial. *Jurnal Babu Al- Ilmi: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6 (1), 75.
- Yulia, A., & Illahi, I. (2023). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Syariah Pada Masyarakat Kecamatan Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya. *Jurnal Ekonomi Utama*, 2(2), 207–214.
- Zahra Firdausya, L., & Perwira Ompusunggu, D. (2023). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Era Digital Abad 21 Micro, Small And Medium Enterprises (MSME) The Digital Age Of The 21st Century. *Talijagad*, 2023(3), 14–18.
- Zulkifly, Z. A. (2022). Analisis Peningkatan Kualitas Layanan Mobile Banking Dengan Pendekatan Metode E-Servqual Pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar (Doctoral Dissertation, Universitas Hasanuddin).

Lampiran 1

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Literasi Keuangan Syariah Digital Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kabupaten Aceh Besar)

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Kepada Yth: Bapak /Ibu/Saudara/i

Dalam rangka pengumpulan data untuk penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Literasi Keuangan Syariah Digital Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kabupaten Aceh Besar)” saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur Afratul Jannah
Nim 220602082
Fak/Prodi : FEBI/Ekonomi Syariah

Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner berikut ini. Penelitian ini dilakukan semata-mata untuk kepentingan akademik, sehingga saya sangat mengharapkan jawaban yang jujur dan apa adanya sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i. Sesuai dengan kode etik penelitian, saya menjamin kerahasiaan identitas dan data sesuai dengan kode etik penelitian, saya menjamin kerahasiaan identitas dan data yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan. Atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

A. Identitas Responden

Petunjuk: Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan anda

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia Responden :
4. Pendidikan Terakhir :
5. Jenis Usaha :
6. Lama menjalankan usaha :

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Jawablah pertanyaan dibawah ini mengenai Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Literasi Keuangan Syariah Digital Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kabupaten Aceh Besar). Dengan memberikan tanda silang (✓) pada kolom jawaban dengan memperhatikan nilai dan arti sebagai berikut:

1. Sangat tidak setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

C. Daftar Pertanyaan

1. Kualitas Layanan (X_1)

NO	Pernyataan/ Instrumen	Skor Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya sangat merasa nyaman dan senang dalam menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> untuk					

	menjalankan bisnis saya					
2.	Saya percaya bahwa sistem keamanan pada aplikasi <i>mobile banking</i> sudah melindungi data transaksi dan privasi nasabah dari penyalahgunaan penyelewengan					
3.	Aplikasi <i>mobile banking</i> mudah diakses kapan saja dan dimana saja					
4.	Desain dan fitur dalam aplikasi <i>mobile banking</i> sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya					

NO	Pernyataan/ Instrumen	Skor Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
5.	Sistem aplikasi <i>mobile banking</i> mengefesiansikan waktu dan biaya					
6.	Aplikasi <i>mobile banking</i> jarang mengalami gangguan/error					

2. Literasi Keuangan Syariah Digital (X2)

NO	Pernyataan/ Instrumen	Skor Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik mengenai produk dan prinsip keuangan digital syariah.					
2.	Keuangan syariah digital mampu mempengaruhi dalam kecepatan dan ketepatan mengambil keputusan dalam menjalankan UMKM					
3.	Literasi keuangan syariah digital mampu memotivasi saya dalam menentukan sikap dalam berinovasi dalam bisnis					
4.	Literasi keuangan syariah digital menumbuhkan kepercayaan dalam menyusun dan mengelola keuangan bisnis saya					

3. Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y)

NO	Pernyataan/ Instrumen	Skor Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Fitur-fitur yang terdapat dalam mobile banking mudah digunakan secara mandiri tanpa memerlukan bantuan orang lain.					
2.	Saya sudah dengan maksimal.					
3.	Saya tertarik menggunakan <i>mobile banking</i> karena sesuai dengan kebutuhan usaha dan model bisnis saya					
4.	Saya ingin terus menggunakan <i>mobile banking</i> dalam aktivitas bisnis saya di masa mendatang					
5.	Saya merasa senang setelah Proses penggunaan					

Lampiran 2 Hasil Tabulasi Kuesioner Responden

1. Variabel Kualitas Layanan (X₁)\

Kualitas Layanan (X ₁)						
No. Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
1	4	4	3	4	4	3
2	5	5	5	5	5	5
3	1	2	1	2	2	2
4	4	4	4	3	4	5
5	4	4	5	2	3	4
6	5	4	4	4	4	5
7	5	5	5	5	5	5
8	5	5	4	5	4	5
9	2	4	4	4	4	3
10	4	4	4	4	4	4
11	4	4	3	3	4	5
12	5	4	5	4	5	5
13	3	4	4	5	4	5
14	5	4	5	5	4	4
15	5	5	5	4	5	5
16	4	4	4	4	4	3
17	4	4	5	5	5	5
18	3	3	3	4	4	5
19	4	5	5	4	4	5
20	4	4	4	5	4	4
21	3	5	4	3	4	4
22	4	4	4	5	4	4
23	4	4	4	3	4	4
24	5	4	5	5	5	5

Kualitas Layanan (X1)						
No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
25	4	4	4	5	4	3
26	3	3	5	3	5	4
27	5	4	5	5	5	4
28	5	5	4	4	5	4
29	5	4	5	5	5	4
30	4	5	5	5	5	5
31	5	4	4	4	3	3
32	3	3	5	5	5	4
33	4	3	4	3	5	5
34	4	5	5	3	4	5
35	4	4	3	5	4	4
36	5	4	4	4	5	3
37	4	3	4	3	3	3
38	3	4	5	5	4	4
39	3	4	3	4	4	4
40	3	4	4	4	4	4
41	4	2	4	4	3	3
42	5	3	4	4	5	4
43	5	5	5	5	5	4
44	3	5	5	5	4	4
45	5	4	5	5	5	5
46	5	5	4	4	3	5
47	3	3	4	4	4	3
48	3	3	2	2	2	3
49	4	2	4	3	2	3
50	3	3	4	5	4	3
51	3	3	2	3	3	4
52	5	4	5	4	4	4

Kualitas Layanan (X1)						
No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
53	5	5	5	5	4	5
54	2	4	3	4	5	5
55	3	2	3	3	4	3
56	3	3	3	2	3	3
57	4	4	3	3	4	4
58	4	4	4	3	4	4
59	4	5	5	4	5	4
60	5	5	5	5	4	5
61	5	3	5	4	4	4
62	4	2	3	3	2	3
63	4	5	5	5	4	5
64	5	5	5	4	4	5
65	3	4	4	4	5	5
66	5	4	5	4	4	5
67	3	2	4	4	3	4
68	3	5	4	4	3	4
69	5	4	5	5	4	5
70	5	5	4	4	3	3
71	4	4	5	5	5	4
72	5	3	5	4	4	3
73	3	5	3	5	3	3
74	3	4	2	3	3	4
75	5	4	4	5	5	4
76	4	5	5	3	5	5
77	3	3	4	4	3	3
78	4	4	5	4	4	5
79	5	4	5	5	5	5
80	3	4	5	5	3	3
81	3	4	5	4	4	3

Kualitas Layanan (X1)						
No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
82	4	5	4	5	4	4
83	3	3	2	4	3	2
84	4	4	5	5	5	4
85	5	4	4	4	3	4
86	3	4	5	5	5	4
87	4	5	5	5	5	5
88	5	5	5	4	5	5
89	5	5	5	5	5	5
90	4	5	5	3	4	5
91	5	5	5	5	5	5
92	3	4	3	3	3	4
93	4	4	4	4	3	4
94	4	4	4	4	4	4
95	5	5	5	5	4	5
96	5	5	5	5	5	5
97	3	2	2	1	1	3
98	3	5	3	5	4	4
99	5	5	4	3	5	5
100	4	5	4	3	4	4
101	5	3	5	4	4	3
102	5	3	5	3	3	5
103	5	5	5	5	5	5
104	5	5	4	5	5	5
105	3	4	4	5	4	4
106	4	2	2	3	2	4
107	3	4	4	2	2	3
108	4	3	2	2	4	3
109	5	3	4	3	4	3
110	5	5	5	5	4	5

Kualitas Layanan (X1)						
No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
111	4	4	5	4	4	5
111	4	4	5	4	4	5
112	4	4	5	5	5	3
113	3	4	5	5	4	5
114	5	3	4	4	4	4
115	5	5	4	4	4	3
116	4	5	4	5	3	3
117	5	5	5	4	5	4
118	5	5	4	5	5	5
119	3	3	3	3	3	3
120	5	5	5	5	5	5
121	3	3	4	5	3	5
122	5	5	5	5	4	4
123	4	5	4	5	5	5
124	5	4	5	5	5	5
125	3	3	5	3	3	4
126	4	3	5	5	3	4
127	5	5	5	4	5	4
128	4	3	3	3	3	2
129	3	4	3	3	3	4
130	4	5	5	5	5	5
131	4	3	4	5	3	5
132	5	3	3	3	4	4
133	4	4	5	4	5	5
134	3	3	4	4	5	5
135	4	5	4	5	4	4
136	5	5	4	5	5	5
137	5	3	3	4	4	4
138	3	4	5	5	3	4

Kualitas Layanan (X1)						
No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
139	4	5	5	5	4	4
140	3	4	4	4	5	5
141	5	5	5	4	5	5
142	5	5	5	5	4	5
143	5	5	5	5	5	4
144	5	5	5	5	4	5
145	2	4	5	4	3	4
146	5	4	5	5	5	5
147	5	4	3	3	4	5
148	3	4	3	4	4	3
150	4	5	5	5	5	4

2. Variabel Literasi Keuangan Syariah Digital (X2)

Literasi Keuangan Syariah Digital (X2)				
No. Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
1	4	3	4	4
2	5	3	4	5
3	2	3	1	2
4	4	5	5	5
5	3	4	4	4
6	3	3	5	5
7	5	4	5	4
8	4	4	3	4
9	5	4	5	5
10	5	5	5	5
11	4	4	5	4

Literasi Keuangan Syariah Digital (X2)				
No. Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
12	5	5	5	4
13	5	5	3	4
14	4	5	3	3
15	4	3	4	5
16	5	5	3	4
17	3	3	4	5
18	4	4	3	4
19	4	4	4	3
20	3	4	3	3
21	4	5	5	3
22	4	5	4	5
23	4	5	5	5
24	3	4	4	3
25	4	4	5	4
26	3	3	4	4
27	4	5	5	4
28	5	5	4	5
29	5	5	4	5
30	5	4	5	5
31	4	4	4	4
32	5	5	5	5
33	5	4	5	5
34	3	4	3	4
35	4	4	3	3
36	5	5	5	5
37	4	4	5	4

Literasi Keuangan Syariah Digital (X2)				
No. Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
38	5	4	4	5
39	4	4	4	4
40	4	3	4	4
41	3	4	5	3
42	3	3	3	2
43	5	4	5	5
44	4	5	5	5
45	4	4	4	3
46	3	4	4	2
47	3	2	2	2
48	3	2	3	3
49	5	5	5	5
50	4	3	5	4
51	5	4	5	5
52	5	5	5	5
53	3	4	4	3
54	4	5	5	5
55	4	5	3	5
56	3	2	2	3
57	4	5	5	5
58	4	2	2	4
59	3	3	4	4
60	4	4	5	4
61	5	3	4	5
62	5	3	3	3
63	3	3	3	3

Literasi Keuangan Syariah Digital (X2)				
No. Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
64	5	4	5	5
65	3	4	5	5
66	4	4	4	5
67	4	4	5	4
68	4	4	5	5
69	4	4	4	4
70	5	4	5	5
71	3	4	5	3
72	4	5	5	4
73	5	4	5	5
74	3	3	4	4
75	5	4	3	3
76	3	5	4	3
77	3	4	5	4
78	4	4	4	4
79	4	4	3	4
80	5	5	5	5
81	3	3	3	4
82	3	3	4	3
83	3	3	3	3
84	5	4	5	5
85	3	3	2	2
86	5	4	5	5
87	4	3	3	3
88	3	3	3	3
89	5	5	4	4

Literasi Keuangan Syariah Digital (X2)				
No. Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
90	4	3	3	3
91	3	4	4	5
92	5	5	5	5
93	4	4	4	4
94	4	3	5	3
95	5	5	5	5
96	5	4	4	5
97	4	5	5	4
98	4	5	3	3
99	5	4	4	4
100	5	4	4	5
101	4	4	4	5
102	4	5	5	5
103	5	5	5	5
104	3	3	3	2
105	3	5	5	4
106	3	3	4	4
107	1	2	1	1
108	5	5	4	4
109	4	4	3	2
110	2	4	2	4
111	5	4	5	5
112	4	4	3	4
113	4	4	5	5
114	5	5	4	4
115	4	3	5	3

Literasi Keuangan Syariah Digital (X2)				
No. Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
116	3	3	3	5
117	5	4	5	5
118	5	4	5	4
119	5	4	4	5
120	3	3	5	3
121	4	4	3	4
122	5	3	3	3
123	3	4	4	4
124	4	4	5	3
125	4	5	5	5
126	3	4	3	4
127	5	5	5	5
128	5	4	4	4
129	3	4	4	5
130	3	5	4	3
131	5	5	5	5
132	5	4	4	5
133	5	4	3	4
134	4	3	4	3
135	3	4	4	4
136	5	4	5	4
137	4	5	3	4
138	5	5	5	5
139	3	4	5	4
140	5	5	4	5
141	4	4	3	4

Literasi Keuangan Syariah Digital (X ₂)				
No. Responden	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	X _{2.4}
142	3	4	4	3
143	4	3	3	3
144	4	4	3	4
145	3	5	4	5
146	4	3	5	4
147	3	4	2	4
148	4	3	4	4
149	5	4	4	4
150	4	5	5	4

3. Variabel Minat Menggunakan Mobile Banking (Y)

Minat Menggunakan Mobile Banking (Y)					
No. Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
1	5	5	5	5	5
2	5	5	5	4	4
3	1	1	1	1	2
4	4	4	4	4	3
5	3	4	3	3	4
6	4	2	3	3	4
7	5	5	5	5	5
8	4	3	4	3	4
9	5	3	3	4	4

Minat Menggunakan Mobile Banking (Y)					
No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
10	5	4	4	3	4
11	5	5	5	5	4
12	4	4	5	4	5
13	3	4	5	3	4
14	4	3	3	4	4
15	4	3	5	4	5
16	3	5	5	4	4
17	4	4	4	3	3
18	3	3	3	3	5
19	5	5	5	5	5
20	3	5	5	4	4
21	4	4	5	4	5
22	3	4	3	4	3
23	5	4	3	5	4
24	4	5	5	4	3
25	3	2	3	4	3
26	3	3	3	3	4
27	5	4	5	5	5
28	4	5	5	5	5
29	5	5	4	5	5
30	4	4	4	4	4
31	4	3	4	4	4
32	4	5	3	4	4
33	5	3	3	3	4
34	5	4	5	4	4
35	3	3	3	4	3
36	5	5	5	5	4

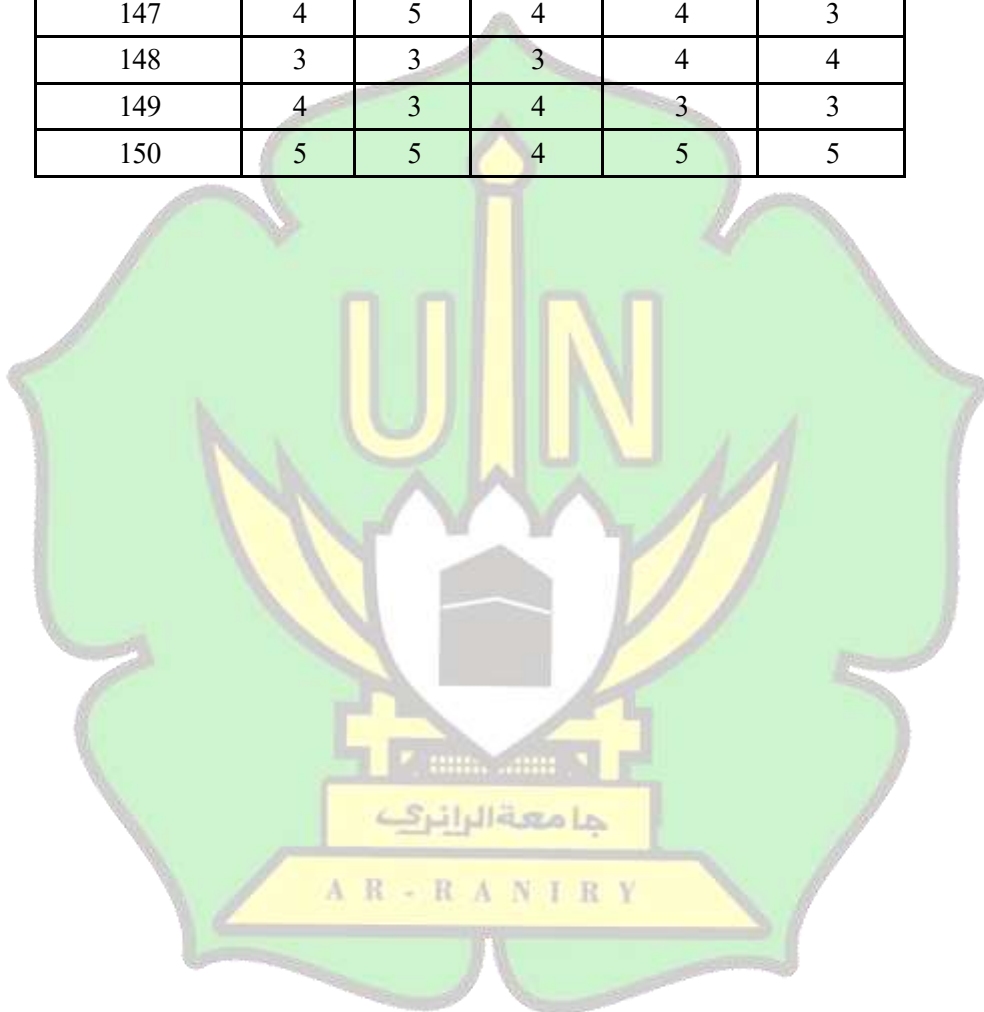
Minat Menggunakan Mobile Banking (Y)					
No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
37	4	4	3	4	4
38	5	4	4	4	4
39	5	5	4	4	5
40	5	5	5	5	5
41	3	3	4	3	3
42	4	3	3	3	3
43	5	5	5	4	5
44	5	4	5	5	4
45	4	4	4	4	4
46	4	5	5	3	5
47	5	4	5	3	4
48	1	1	2	1	1
49	5	3	3	4	3
50	3	4	4	4	4
51	4	5	3	3	3
52	4	4	4	5	4
53	5	5	4	5	5
54	4	4	4	4	4
55	3	4	4	4	4
56	4	4	2	3	3
57	3	3	3	5	5
58	2	2	2	3	2
59	5	4	3	5	4
60	5	5	5	5	5
61	3	3	5	3	3
62	2	3	3	3	3
63	5	5	4	4	4

Minat Menggunakan Mobile Banking (Y)					
No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
64	5	5	4	4	5
65	5	4	4	5	4
66	5	5	5	5	5
67	3	2	2	4	3
68	5	4	5	5	5
69	4	3	2	2	3
70	4	3	4	3	3
71	4	3	3	3	4
72	4	3	4	5	4
73	4	4	3	4	3
74	5	5	3	3	5
75	3	3	4	2	4
76	4	5	4	4	5
77	4	4	4	5	5
78	5	5	5	5	5
79	5	4	5	5	5
80	5	4	5	4	4
81	3	3	3	3	2
82	5	4	3	3	4
83	3	4	4	3	2
84	4	4	5	4	4
85	3	3	2	3	2
86	3	5	4	4	3
87	4	3	5	5	5
88	4	5	4	4	5
89	3	5	4	4	5
90	4	4	4	3	4

Minat Menggunakan Mobile Banking (Y)					
No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
91	5	5	3	5	5
92	4	3	4	4	4
93	4	3	3	5	3
94	5	5	4	4	3
95	5	5	5	4	5
96	5	5	5	5	5
97	3	4	3	4	2
98	5	3	4	5	3
99	3	4	4	4	3
100	3	5	3	3	5
101	4	5	3	3	4
102	5	5	4	5	5
103	5	4	5	5	5
104	4	5	5	3	4
105	4	5	3	5	3
106	3	3	3	2	3
107	3	2	2	3	2
108	5	4	3	4	4
109	4	4	3	4	4
110	3	3	3	3	3
111	4	5	5	5	5
112	4	3	4	5	5
113	4	4	3	4	4
114	4	5	5	5	4
115	4	4	3	5	4
116	4	3	5	4	5
117	5	5	5	5	5

Minat Menggunakan Mobile Banking (Y)					
No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
118	4	3	4	5	4
119	4	4	4	3	4
120	4	4	4	4	3
121	4	4	5	3	4
122	5	5	5	5	4
123	5	5	5	5	5
124	4	3	4	4	5
125	4	3	4	4	5
126	3	4	5	3	4
127	5	5	5	5	5
128	4	4	4	5	4
129	3	4	2	4	3
130	3	4	3	3	4
131	4	4	3	3	4
132	3	4	3	2	4
133	5	4	3	3	4
134	5	5	5	4	5
135	4	4	4	5	3
136	4	3	3	4	5
137	5	3	3	4	5
138	4	3	4	3	5
139	3	3	4	3	4
140	4	5	5	5	4
141	4	5	4	4	5
142	4	3	5	5	4
143	4	5	3	4	3
144	4	3	5	4	4

Minat Menggunakan Mobile Banking (Y)					
No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
145	4	5	4	4	4
146	5	4	5	5	5
147	4	5	4	4	3
148	3	3	3	4	4
149	4	3	4	3	3
150	5	5	4	5	5



Lampiran 3: Hasil Analisis Data

Hasil Pengujian *Convergent Validity* berdasarkan *Outer Loading*

	Kualitas Layanan (X1)	Literasi Keuangan Syariah Digital (X2)	Minat menggunakan Mobile Banking (Y)
X1.1	0.618		
X1.2	0.758		
X1.3	0.791		
X1.4	0.711		
X1.5	0.802		
X1.6	0.705		
X2.1		0.758	
X2.2		0.752	
X2.3		0.802	
X2.4		0.794	
Y.1			0.804
Y.2			0.731
Y.3			0.772
Y.4			0.770
Y.5			0.800

Data Hasil Pengujian *Dicriminant Validity* berdasarkan *Cross Loading*

	Kualitas Layanan (X1)	Literasi Keuangan Syariah Digital (X2)	Minat menggunakan Mobile Banking
X1.1	0.618	0.055	0.298
X1.2	0.758	0.039	0.441
X1.3	0.791	0.172	0.443
X1.4	0.711	0.138	0.346

X1.5	0.802	0.162	0.467
X1.6	0.705	0.113	0.365
X2.1	0.131	0.758	0.307
X2.2	0.118	0.752	0.332
X2.3	0.157	0.802	0.368
X2.4	0.07	0.794	0.274
Y.1	0.417	0.331	0.804
Y.2	0.358	0.267	0.731
Y.3	0.467	0.266	0.772
Y.4	0.38	0.383	0.770
Y.5	0.474	0.361	0.800

Data Hasil Pengujian Composite Reliability Berdasarkan Cross Loading

Variabel	Cronbach Alpha	Composite reliability
Kualitas Layanan (X1)	0.827	0.874
Literasi Keuangan Syariah Digital (X2)	0.782	0.859
Minat Menggunakan Mobile Banking (Y)	0.835	0.883

Hasil Pengujian Inner Model Berdasarkan Nilai R-Square

	R-Square
Minat Menggunakan Mobile Banking	0.409

Hasil Uji Hipotesis

	Original sample(O)	T-statistics	P-Value	Keterangan
X1 -> Y	0.491	8.868	0.000	Diterima
X2 -> Y	0.340	6.003	0.000	Diterima

Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian





