

**SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEMUDAHAN  
TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN  
*MOBILE BANKING* BANK SYARIAH INDONESIA  
(Studi Pada PT Bank Syariah Indonesia  
KCP Ulee Kareng Banda Aceh)**



Diajukan Oleh:

**M. FADZIL ALDIFARI**  
**NIM. 170603228**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2021 M / 1443 H**

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEMUDAHAN  
TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN  
MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA  
(Studi Pada PT Bank Syariah Indonesia  
KCP Ulee Kareng Banda Aceh)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Sarjana Ekonomi



**Diajukan Oleh:**

**M. FADZIL ALDIFARI**  
**NIM. 170603228**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2021 M / 1443 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. Fadzil Aldifari  
NIM : 170603228  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Menyerjakan 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, 17 November 2021

Yang Menyatakan,



**M. Fadzil Aldifari**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEMUDAHAN  
TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN  
MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA  
(Studi Pada PT Bank Syariah Indonesia  
KCP Ulee Kareng Banda Aceh)**

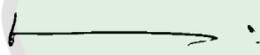
Disusun Oleh:

**M. Fadzil Aldifari**  
**NIM. 170603228**

Disetujui Untuk Disidangkan Dan Dinyatakan Bahwa isi  
Dan Formatnya Telah Memenuhi Syarat Sebagai  
Kelengkapan Dalam Penyelesaian Studi Pada  
Program Studi Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I

Pembimbing II

  
**Dr. Israk Ahmad Syah, B.Ec., M.Ec., M.Sc**  
**NIP. 197209072000031001**

  
**Riza Aulia, SE. I., M.Sc**  
**NIP. 198801302018031001**

**Mengetahui**  
**Ketua Program Studi Perbankan Syariah**

  
**Dr. Nevi Hasnita, M.Ag**  
**NIP. 19771105200604200**

**LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL SKRIPSI**  
**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEMUDAHAN**  
**TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN**  
**MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA**  
**(Studi Pada PT Bank Syariah Indonesia**  
**KCP Ulee Kareng Banda Aceh)**

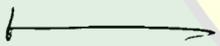
**M. Fadzil Aldifari**  
**NIM. 170603228**

Telah Diseminarkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1) Fakultas  
Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar – Raniry Dan Dinyatakan Lulus  
Serta Diterima Sebagai Salah Satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Studi Strata satu (S1) Dalam Bidang Ekonomi Syariah

**Pada Hari/Tanggal : Selasa, 13 Januari 2022 M**  
**11 Jumadil Akhir 1443 H**

**Banda Aceh**  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

  
**Dr. Israk Ahmad Syah, B.Ec., M.Ec., M.Sc**  
**NIP. 197209072000031001**

Penguji I

  
**Farid Fathony Ashal, Lc., MA**  
**NIP. 198604272014031002**

Sekretaris

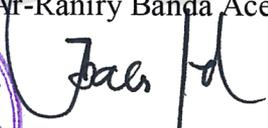
  
**Riza Aulia, SE. I., M.Sc**  
**NIP .198801302018031001**

Penguji II

  
**Evriyenni, SE., M. Si**  
**NIP. 2013048301**

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



  
**Dr. Zaki Fuad, M.Ag**  
**NIP. 196403141992031003**



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

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp.0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id) Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Mahfudl Ahdar  
NIM : 170603030  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah  
E-mail : 170603030@student.ar-raniry.ac.id

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

Tugas Akhir  KKU  Skripsi  .....

**PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
PADA BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI KASUS PADA BSI KCP  
DARUSSALAM BANDA ACEH)** Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif

ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan

Dibuat di : Banda Aceh  
Pada tanggal : 20 Juli 2021

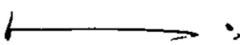
Mengetahui

Peneliti

Pembimbing I

Pembimbing II

  
M. Fadzi Aldifari  
NIM 170603228

  
Dr. Israk Ahmad Syah, B.Ec., M.Ec., M. Sc  
NIP. 197209072000031001

  
Riza Aulia, SE. I., M. Sc  
NIP 19880130201803100

## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur kepada Allah SWT., atas berkat dan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul” Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh)”. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW., yang dengan hadirnya penelitian ini semoga menjadi bagian menyampaikan sunnahnya dalam khazanah ilmu pengetahuan. Penelitian skripsi ini dilakukan dengan penuh perjuangan sehingga didalamnya tidak mungkin tidak ada dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak baik dalam bentuk moral maupun material, secara langsung maupun tidak langsung, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh elemen yang terlibat dan terkait baik secara akademis maupun non akademis.

Shalawat beserta salam tidak lupa pula kita sanjung sajikan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. Dimana beliau telah membawa kita dari alam jahiliyah menuju alam yang penuh kemuliaan, dan dari alam kebodohan menuju alam yang berilmu pengetahuan seperti yang sedang kita rasakan saat ini. Dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis menyadari bahwa terdapat beberapa kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Bapak Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

2. Kepada Ibu Dr. Nevi Hasnita, M.Ag selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ayumiati SE., M.Si selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah. Serta Mukhlis, SH.I.,S.E, M.H., selaku staff akademik yang telah banyak membantu.
3. Kepada Bapak Muhammad Arifin, Ph.D selaku ketua Laboratorium, serta staf Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Tidak lupa juga kata terima kasih dari penulis kepada bapak Dr. Israk Ahmad Syah, B.Ec., M.Ec., M.Sc selaku pembimbing I dalam proses penyelesaian skripsi ini, yang telah memberikan motivasi dan meluangkan waktu untuk melakukan bimbingan kepada penulis. Dan tidak lupa pula kepada bapak Riza Aulia, SE. I., M.Sc selaku pembimbing II dalam proses penyelesaian skripsi ini, yang telah banyak memberikan motivasi dan meluangkan waktu untuk melakukan bimbingan kepada penulis.
5. Tidak lupa juga kata terima kasih kepada penguji I bapak Farid Fathony Ashal, Lc., MA dan penguji II ibu Evriyenni, SE., M. Si yang telah banyak memberikan masukan,saran serta motivasi dan meluangkan waktu untuk melakukan bimbingan kepada penulis.
6. Terima kasih juga kepada Seluruh dosen beserta staf Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang telah membantu, mendidik, dan memberikan ilmu yang bermanfaat dengan ikhlas dan tulus.
7. Terimakasih kepada Ibunda Eifar dan Ayahanda Supriadi beserta adik M. Farid Alfarisi dan M. Fandi Alfairuz, yang telah memberikan

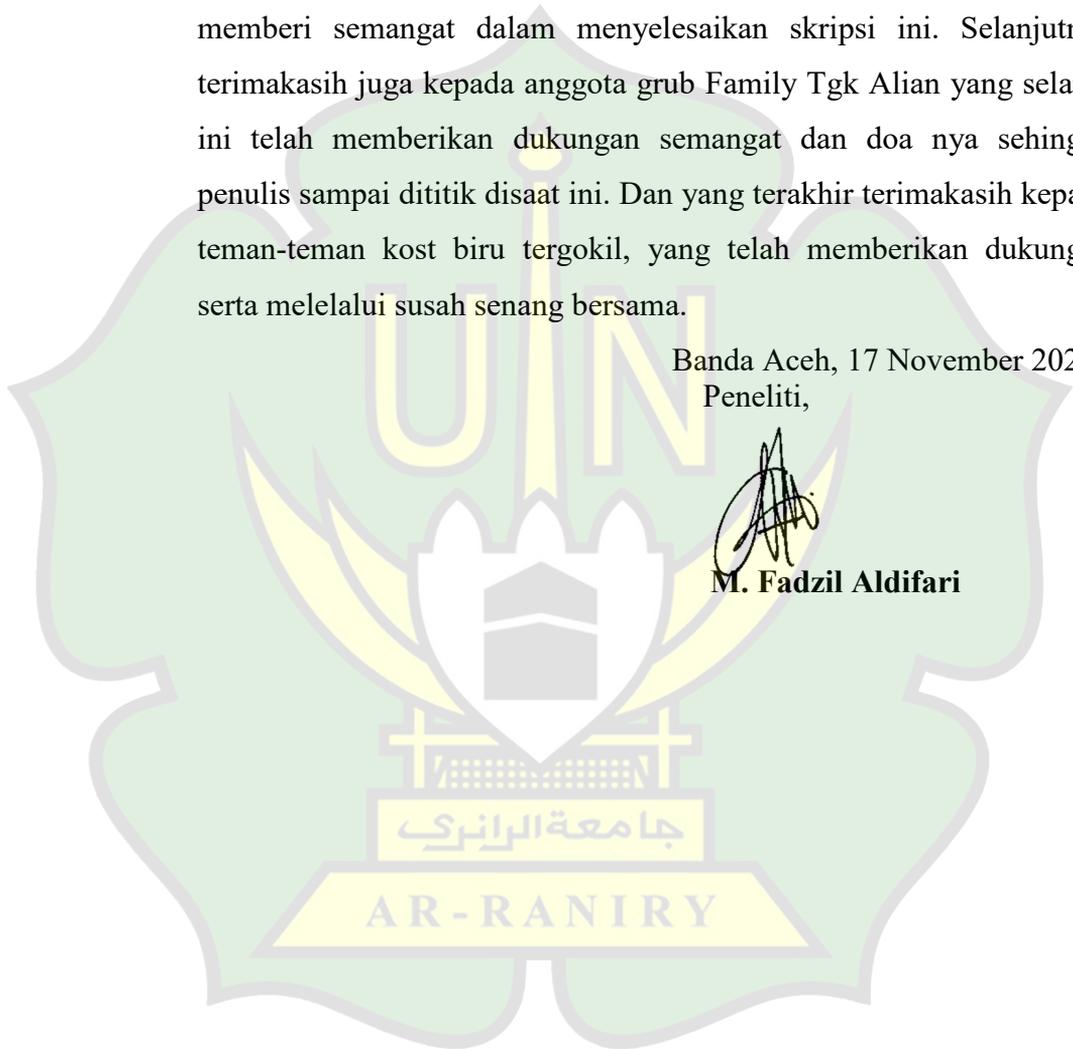
dukungan moral dan moril serta doa yang tiada hentinya sehingga penulis sampai ke tahap akhir penyelesaian program S-1 ini.

8. Terimakasih kepada Roza Ulfa yang telah banyak membantu dan memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya terimakasih juga kepada anggota grub Family Tgk Alian yang selama ini telah memberikan dukungan semangat dan doa nya sehingga penulis sampai dititik disaat ini. Dan yang terakhir terimakasih kepada teman-teman kost biru tergo kil, yang telah memberikan dukungan serta melelalui susah senang bersama.

Banda Aceh, 17 November 2021  
Peneliti,



**M. Fadzil Aldifari**



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Dalam skripsi ini banyak dijumpai istilah yang menggunakan bahasa Arab ditulis dengan huruf latin, oleh karena itu perlu pedoman untuk membacanya dengan benar. Pedoman Transliterasi yang penulis gunakan untuk penulisan kata Arab berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987. Adapun Pedoman Transliterasi yang penulis gunakan untuk penulisan kata Arab adalah sebagai berikut:

### 1. Konsonan

No.	Arab	Latin	Ket	No.	Arab	Latin	Ket
1	ا	Tidak dilambangkan		16	ط	t	t dengan titik di bawahnya
2	ب	B		17	ظ	z	z dengan titik di bawahnya
3	ت	T		18	ع	'	
4	ث	Ś	s dengan titik di atasnya	19	غ	gh	
5	ج	J		20	ف	f	
6	ح	h	h dengan titik di bawahnya	21	ق	q	
7	خ	Kh		22	ك	k	
8	د	D		23	ل	l	
9	ذ	Ž	z dengan titik di atasnya	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	Ş	s dengan titik di bawahnya	29	ي	Y	
15	ض	ḍ	d dengan titik di bawahnya				

## 2. Konsonan

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

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

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

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ ◌	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
وَ ◌	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف = *kaifa*,

هول = *haua*

## 3. Maddah

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

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

Contoh:

قَالَ = *qāla*

رَمَى = *ramā*

قِيلَ = *qīla*

يَقُولُ = *yaqūlu*

#### 4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

##### a. Ta marbutah (ة) hidup

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

##### b. Ta marbutah (ة) mati

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

##### c. Kalau pada suatu kata yang akhir huruf ta marbutah (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

الأطفال روضة : *raudah al-atfāl/ raudatul atfāl*

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

طَلْحَةَ : *Talḥah*

### **Modifikasi**

1. Nama seseorang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, Misalnya M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.

Nama negara dan kota juga ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.



## ABSTRAK

Nama Mahasiswa : M. Fadzil Aldifari  
NIM : 170603228  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah  
Judul : Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Pt Bank Syariah Indonesia Kcp Ulee Kareng Banda Aceh)  
Pembimbing I : Dr. Israk Ahmad Syah, B.Ec., M.EC., M.Sc  
Pembimbing II : Riza Aulia, SE. I., M. Sc

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik lapangan (*field research*) dengan cara menyebarkan kuisioner kepada responden. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 4730 nasabah diperoleh sebanyak 100 orang sampel. Penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial pada variabel  $X_1$  diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,120 dan nilai  $t_{tabel}$  1,660 sehingga persepsi manfaat memiliki pengaruh serta signifikan terhadap minat pengguna *mobile banking*, sedangkan untuk  $X_2$  juga berpengaruh serta signifikan terhadap minat dikarenakan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu  $4,435 > 1,660$ . Hasil uji simultan juga menunjukkan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan secara bersamaan mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak perbankan dalam menarik minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* kedepannya, dan bagi mahasiswa dalam penelitian.

**Kata Kunci:** *Manfaat, Kemudahan, Minat, Mobile Banking.*

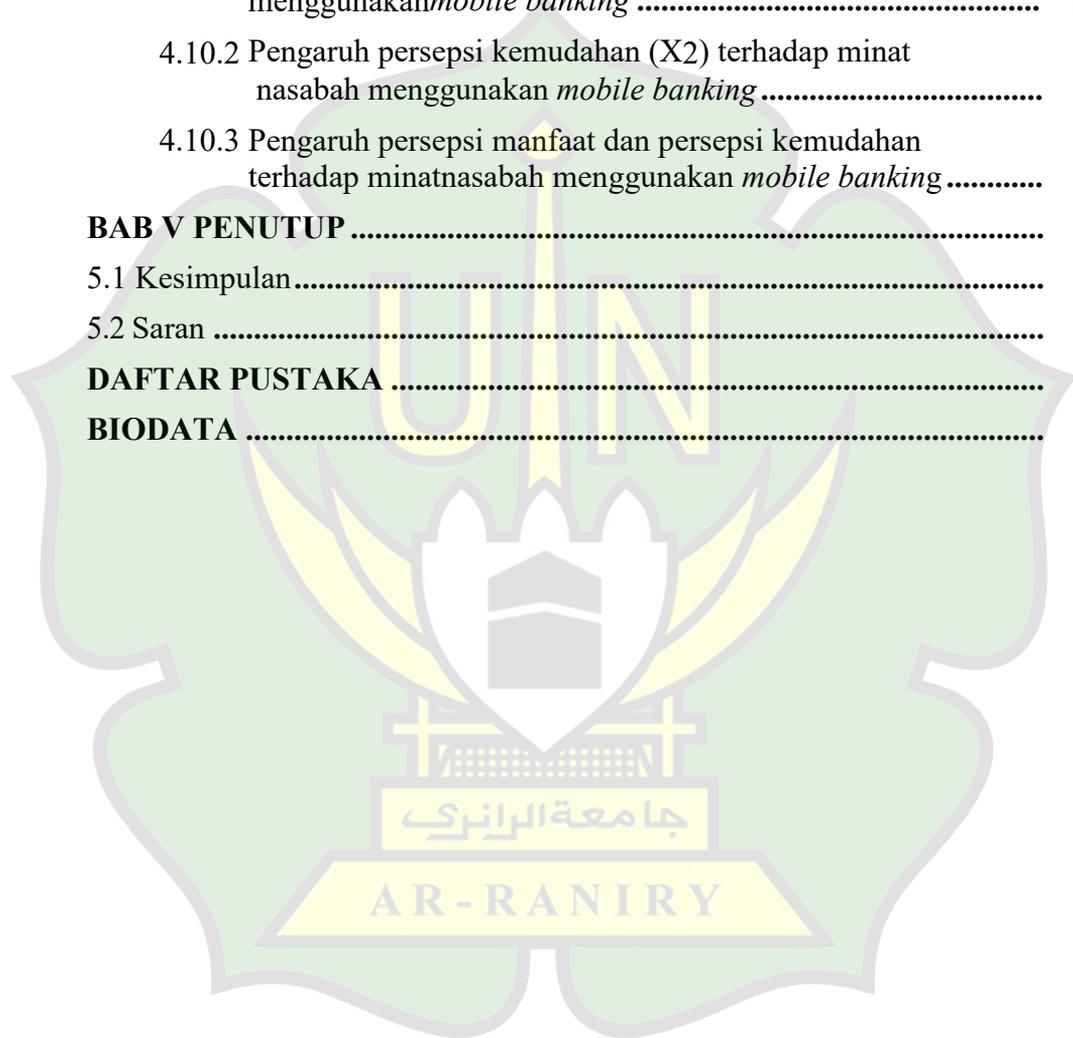
## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>7</b>
2.1 <i>Teori Acceptance Model (TAM)</i> .....	7
2.2 Minat .....	8
2.2.1 Indikator Minat .....	10
2.3 Persepsi Manfaat .....	11
2.3.1 Indikator Persepsi Manfaat .....	12
2.4 Persepsi Kemudahan .....	13
2.4.1 Indikator Persepsi Kemudahan .....	14
2.5 <i>Bank Syariah</i> .....	15
2.5.1 Layanan Online Banking Pada Perbankan Syariah .....	16
2.5.2 <i>Automatic Teller Machine (ATM)</i> .....	16
2.5.3 <i>Electronic Banking (E-Banking)</i> .....	17

2.6	Perspektif Islam Terhadap Persepsi Manfaat dan Kemudahan Serta Kualitas pelayanan Prima .....	22
2.7	Penelitian Terdahulu .....	23
2.8	Pengembangan Hipotesis.....	28
2.8.1	Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan <i>mobilebanking</i> .....	28
2.8.2	Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan <i>mobilebanking</i> .....	29
2.9	Kerangka Berfikir .....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>24</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	24
3.2	Lokasi Penelitian .....	25
3.3	Populasi dan Sampel.....	25
3.3.1	Populasi .....	25
3.3.2	Sampel.....	25
3.4	Jenis Data dan Sumber Data.....	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.6	Skala Pengukuran .....	29
3.7	Variabel Penelitian .....	30
3.8	Defenisi Operasional .....	30
3.9	Teknik Pengolahan Data.....	32
3.9.1	<i>Editing</i> .....	32
3.9.2	<i>Scoring</i> .....	32
3.9.3	<i>Tabulating</i> .....	33
3.10	Uji Keabsahan Data .....	33
3.11	Uji Validitas .....	33
3.12	Uji Reliabilitas.....	34
3.13	Uji Asumsi Klasik .....	34

3.13.1 Uji Normalitas .....	34
3.13.2 Uji Multikolenaritas.....	35
3.13.3 Uji Heteroskedastisitas .....	36
3.14 Analisis Regresi Linear Berganda .....	37
3.15 Uji Hipotesis .....	37
3.15.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	37
3.15.2 Uji Parsial (Uji t) .....	38
3.15.3 Uji Simultan (Uji F).....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 Gambaran Umum Penelitian .....	34
4.1.1 Gambaran Umum Program Studi Perbankan Syariah .....	34
4.1.2 Gambaran Umum Aplikasi <i>Mobile Banking</i> .....	35
4.2 Hasil Penelitian.....	36
4.2.1 Karakteristik Responden.....	36
4.2.2 Responden Menurut Jenis Kelamin.....	36
4.3 Deskripsi Variabel .....	38
4.3.1 Analisis Data.....	39
4.3.2 Uji Validitas.....	39
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	41
4.4 Asumsi Klasik.....	42
4.4.1 Uji Normalitas .....	42
4.5 Uji Multikolinieritas .....	44
4.6 Uji Heteroskedasitas .....	44
4.7 Regresi Linear Berganda .....	45
4.8 Uji Hipotesis .....	47
4.8.1 Uji Parsial (Uji t) .....	47
4.8.2 Uji Simultan (Uji F).....	49

4.9 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	50
4.10 Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
4.10.1 Pegaruh persepsi manfaat (X1) terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> .....	51
4.10.2 Pengaruh persepsi kemudahan (X2) terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> .....	52
4.10.3 Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minatnasabah menggunakan <i>mobile banking</i> .....	54
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>50</b>
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran .....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>52</b>
<b>BIODATA</b> .....	<b>74</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Persentase Kenaikan Jumlah Nasabah Pengguna Aplikasi <i>Mobile Banking</i> Tahun 2021.....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....	34
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	44
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Persepsi Manfaat ( $X_1$ ).....	46
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Persepsi kemudahan ( $X_2$ ) .....	46
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Minat (Y).....	47
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test .....	48
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinieritas.....	50
Tabel 4.9	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	51
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Secara Parsial .....	53
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Secara Simultan .....	54
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	55

جامعة الرانيري  
AR-RANIRY

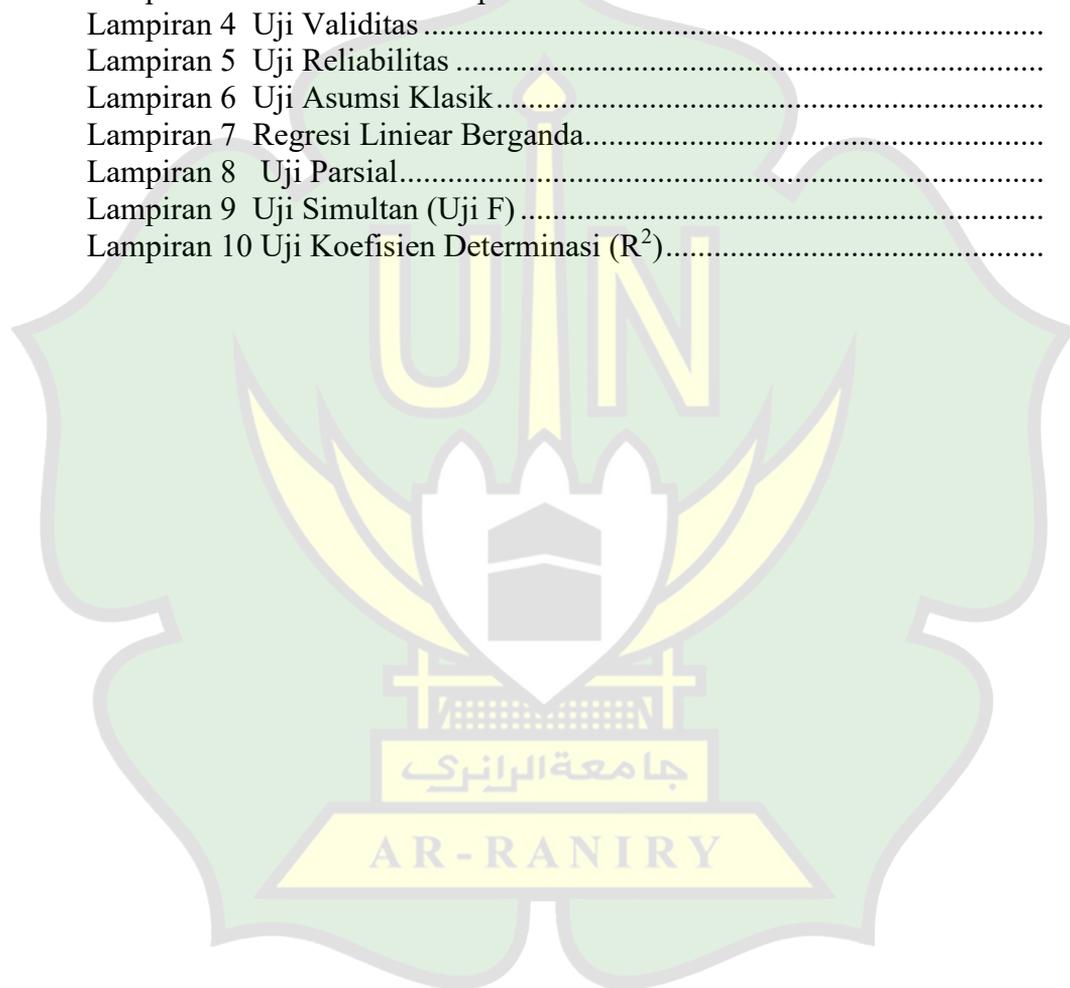
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....	26
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas .....	49
Gambar 4.2 Hasil Heteroskedastisitas .....	51



## AFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian.....	64
Lampiran 2	Tabulasi Data Jawaban Pernyataan 100 Responden.....	68
Lampiran 3	Karakteristik Responden.....	74
Lampiran 4	Uji Validitas.....	74
Lampiran 5	Uji Reliabilitas.....	76
Lampiran 6	Uji Asumsi Klasik.....	77
Lampiran 7	Regresi Liniear Berganda.....	79
Lampiran 8	Uji Parsial.....	79
Lampiran 9	Uji Simultan (Uji F).....	79
Lampiran 10	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	79



# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan industri perbankan semakin hari kian meningkat termasuk perkembangan di bidang teknologi. Teknologi merupakan salah satu hal pemicu perubahan kebijakan perkembangan pada bank dan lembaga keuangan lainnya Purwati (2018). Dalam hal ini organisasi perbankan harus mempunyai keunggulan untuk meningkatkan fasilitas teknologi informasi dan memberikan layanan yang baik kepada para konsumen yang menggunakan jasa perusahaan. Suatu perusahaan khususnya perbankan, sedikit demi sedikit akan tersingkir dari dunia persaingan apabila perbankan tersebut tidak memiliki teknologi informasi yang baik dan sempurna Purwati (2018). Oleh demikian dengan adanya teknologi internet dan telekomunikasi dapat meningkatkan pelayanan bagi pelanggan bank, selain itu teknologi informasi ini juga dapat menjadi sebagai salah satu alat untuk menciptakan transaksi yang lebih murah, lebih baik, lebih cepat dan dapat menjadi senjata dalam dunia persaingan (Apriyanti, 2017).

Pesatnya perkembangan teknologi informasi ini memberikan dampak meluas di seluruh dunia terhadap perbankan. Salah satu dampaknya adalah pengenalan *mobile banking* yang merupakan bagian dari pada *electronic commerce* sebagai layanan informasi perbankan melalui *wireless* paling baru yang ditawarkan pihak bank dengan menggunakan teknologi yang terdapat pada smartphone untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan Sulistiyarini (2013). Melalui *mobile banking* pihak perbankan

memberikan layanan yang cepat, mudah, nyaman, dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Dengan adanya layanan *mobile banking*, transaksi dapat dilakukan dengan mudah baik itu dalam hal memeriksa saldo rekening, mentransfer uang, mengecek saldo maupun menyelesaikan berbagai urusan perbankan lainnya yang dapat dilakukan secara cepat, mudah, tanpa batas tempat dan waktu (Arthana & Rukhviyanti, 2015).

Seiring dengan data hasil riset yang dilakukan oleh Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI), diperkirakan pertumbuhan pelanggan kartu SIM (*Subscribers Identification Module*) mencapai 30-40 persen pertahun dan pada akhir 2013 diperkirakan jumlah pelanggan kartu SIM mencapai 179 juta pelanggan. Namun jumlah nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* hanya sekitar sepertiga dari jumlah pelanggan ponsel. Berdasarkan pada studi yang dilakukan oleh Gartner Group, hanya sekitar 1 persen dari seluruh pengguna ponsel yang menggunakan ponsel mereka untuk tujuan layanan pembayaran. Hal ini terjadi karena dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kurangnya rasa nyaman yang diberikan oleh layanan tersebut. Selain rasa nyaman seseorang akan menggunakan *mobile banking* apabila percaya bahwa *mobile banking* dapat memberikan manfaat terhadap pekerjaan dan pencapaian prestasi kerjanya (Hadi & Novi, 2015).

Fenomena ini terjadi karena kurangnya pengetahuan masyarakat dalam menggunakan fitur yang terdapat pada aplikasi *e-banking* termasuk dalam menggunakan *mobile banking*. Pada dasarnya aplikasi *mobile banking* dapat memudahkan pekerjaan manusia. Hal tersebut tentu tidak lepas dari kurangnya sosialisasi dari pihak PT Bank Syariah Indonesia itu sendiri. Saat ini hampir sebagian masyarakat masih belum tahu mengenai keunggulan dan kemudahan

dari penggunaan *e-banking*, masyarakat lebih mempercayai ATM sebagai alternatif transaksi perbankan, padahal kini banyak aplikasi-aplikasi canggih lain yang mampu memenuhi kebutuhan transaksi nasabah, khususnya *mobile banking*. Kehadiran sistem alternatif ini sering tidak mendapat perhatian penuh dari para nasabah pada umumnya, hal ini disebabkan oleh adanya keraguan dan kesan negatif di benak nasabah dari penggunaan sistem tersebut, seperti resiko kurang aman dan data-data nasabah mudah dibobol Marliza (2017). Hal tersebut berbanding terbalik dengan keadaan yang terjadi pada saat masa pandemic ini. Dimana pengguna aplikasi *mobile banking* semakin hari kian meningkat pesat, hal ini dipengaruhi karena masyarakat tidak ingin berkontak fisik secara langsung dengan lingkungan luar untuk menghindari tertularnya penyebaran virus covid-19, oleh karena itu masyarakat lebih memilih untuk melakukan transaksi secara online melalui aplikasi *mobile banking*.

Persepsi kemudahan menjadi salah satu bagian dari minat nasabah dalam mempengaruhi untuk menggunakan *mobile banking* dikarenakan semakin besarnya anggapan dari nasabah bahwa dengan menggunakan *mobile banking* akan lebih mudah jika dibandingkan membayar dengan menggunakan uang tunai, hal ini dapat mempengaruhi atau mendorong nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Selain itu persepsi manfaat juga dapat mempengaruhi proses minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*, dimana semakin besar manfaat yang diberikan maka semakin besar pengaruh yang dapat mendorong minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi pembayaran.

Adapun jumlah kenaikan nasabah pengguna aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia pada tahun 2021 dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini:

**Tabel 1.1**  
**Persentase Kenaikan Jumlah Nasabah Pengguna**  
**Aplikasi *Mobile Banking* Tahun 2021**

Bulan	Jumlah Nasabah <i>E-Banking</i>	Persentase Nasabah Perbulan
Jan-Feb	350	30,43%
Mar-Apr	500	43,47%
Mei-Jun	800	69,56%

Sumber: Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh (2021)

Dari tabel di atas dapat kita simpulkan bahwa persentase pertambahan jumlah nasabah pada bulan Januari sampai Februari sebanyak 350 orang, kemudian pada bulan Maret sampai April terjadi kenaikan nasabah sebesar 150 orang, dan pada bulan Mei sampai Juni jumlah nasabah naik sebanyak 300 orang. Seiring dengan data jumlah kenaikan nasabah tersebut, terlihat memang nasabah pengguna aplikasi *mobile banking* pada setiap bulannya di tahun 2021 mengalami kenaikan yang begitu pesat.

Berbagai penelitian sebelumnya yang membahas tentang persepsi manfaat dan persepsi kemudahan dapat dilihat dari beberapa penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Pranoto dan Setianegar (2020) dengan judul “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Pt Bank Rakyat Indonesia)” penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif, Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan

*mobile banking*, sedangkan persepsi kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Tjini dan Baridwan (2012) dengan judul “Pengaruh Kepercayaan Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat pengguna Sistem *Internet Banking*” Hasil dari penelitian ini terdapat Pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sistem *internet banking*.

Selanjutnya ada juga penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2015) dengan judul “Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan *Mobile Commerce* di Kota Denpasar” Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2015) terdapat pengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan *mobile banking*, dan terdapat pengaruh negatif antara kemudahan terhadap minat perilaku menggunakan *mobile banking*. Kemudian persepsi kredibilitas berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan *mobile banking*.

Dari berbagai hasil penelitian yang berbeda di atas, maka muncul suatu *Research Gap* yang akan diteliti oleh peneliti, dimana pada penelitian ini hanya menggunakan variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan yang berbeda dari penelitian sebelumnya yang menggunakan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan serta persepsi resiko. Penelitian ini hanya berfokus pada persepsi manfaat dan persepsi kemudahan yang dirasakan oleh nasabah saja, yang kemudian memikat minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking tersebut*. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti juga membahas mengenai faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi

pemicu timbulnya minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Sedangkan pada penelitian sebelumnya tidak hanya berfokus pada persepsi manfaat dan kemudahan saja namun juga melihat dari segi resiko dari penggunaan aplikasi *mobile banking*. Selanjutnya pada penelitian yang dilakukan oleh Tjini dan Baridwan (2012), dimana pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan serta persepsi kenyamanan. Berbeda dengan variabel yang diteliti oleh peneliti, kemudian pada penelitian Tjini dan Baridwan (2012) juga melihat dari segi sejauh mana rasa percaya nasabah untuk menggunakan *mobile banking*, begitu juga dengan kenyamanan yang didapatkan oleh nasabah, namun penelitian ini tidak meneliti mengenai persepsi manfaat dan persepsi kemudahan dari penggunaan aplikasi *mobile banking* itu sendiri.

Oleh karena itu dengan adanya masalah dan *Research Gap* di atas, maka peneliti rasa perlu untuk adanya sebuah penelitian yang dapat memberikan gambaran yang lebih luas dan mendalam mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*, sehingga diharapkan akan dapat memberikan referensi dalam pengembangan teknologi terutama dibidang *e-banking* khususnya pada aplikasi *mobile banking*. Oleh karena itu penulis mengangkat penelitian yang berjudul “ Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh) ”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh?
3. Apakah terdapat pengaruh yang simultan antara persepsi manfaat, persepsi kemudahan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui pengaruh yang simultan antara persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat nasabah dalam menggunakan

*mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang didapatkan dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan pengetahuan dalam bidang ekonomi dan bisnis islam, khususnya Perbankan syariah yang kemudian dapat digunakan sebagai bahan referensi dan dapat memberikan informasi teoritis bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai penelitian tentang pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk memberikan informasi gambaran kajian perbankan syariah terutama dalam bidang kajian tentang pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan acuan bagi peneliti selanjutnya.

b. Bagi Akademik

Sebagai bahan kajian dan informasi pendahuluan bagi penelitian di masa mendatang yang berkaitan dengan masalah ini.

## **1.5 Sistematika Pembahasan**

Penelitian ini akan membahas dengan sistematika sebagai berikut:

### **Pada BAB I Pendahuluan**

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

### **Pada BAB II Landasan Teori**

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

### **Pada BAB III Metode Penelitian**

BAB III merupakan metodologi penelitian yang terdiri dari jenis penelitian dengan menjelaskan pendekatan penelitiandan arah penelitian yang digunakan, data dan teknik pemerolehan yang meliputi jenis data, data primer, data sekunder, Teknik pengumpulan data, skala pengukuran, uji validitas dan reabilitas, variabel penelitian, metode analisis data, dan pengujian hipotesis.

### **Pada BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

Memuat deskripsi tentang penelitian, hasil analisis serta pembahasan secara mendalam tentang hasil penelitian.

Pada BAB V Penutup

Berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang membangun untuk objek penelitian yang dipilih oleh penulis.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 *Teori Acceptance Model (TAM)***

TAM merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi (Fatmawati 2015).

Sesuai dengan istilah TAM, bahwa “A” singkatan dari “*Acceptance*” artinya penerimaan. Sehingga bisa dikatakan bahwa TAM merupakan suatu model analisis untuk mengetahui perilaku pengguna akan penerimaan teknologi. Jika melihat pengertian TAM dari Wikipedia, “*TAM is an information systems theory that models how users come to accept and use a technology*”. Maksudnya yaitu TAM merupakan suatu teori sistem informasi yang modelnya bagaimana pengguna datang untuk menerima dan menggunakan teknologi.

Melalui TAM, asumsinya pada saat pengguna akan menggunakan *mobile application* yang baru maka ada 2 (dua) faktor yang mempengaruhinya, yaitu:

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use Perceived*). Jika diaplikasikan untuk *mobile application*, maka maksudnya pengguna meyakini kalau *mobile application* tersebut mudah dalam penggunaannya sehingga tidak memerlukan usaha keras dan akan terbebas dari kesulitan. Hal ini mencakup kemudahan penggunaan sistem informasi sesuai dengan keinginan penggunaannya. Hasil penelitian Davis (1989) menunjukkan jika persepsi kemudahan dapat menjelaskan alasan pengguna untuk

menggunakan mobile application dan dapat menjelaskan kalau mobile application dapat diterima oleh pengguna.

2. Persepsi Manfaat (Usefulness Perceived) Hal ini dimaksudkan bahwa pengguna percaya bahwa dengan menggunakan *mobile application* tersebut akan meningkatkan kinerjanya. Hal ini menggambarkan manfaat sistem dari penggunaannya yang berkaitan dengan berbagai aspek. Jadi dalam persepsi manfaat ini membentuk suatu kepercayaan untuk pengambilan keputusan apakah jadi menggunakan *mobile application* atau tidak. Asumsinya jika pengguna mempercayai *mobile application* berguna maka tentu akan menggunakannya, tetapi sebaliknya jika tidak maka jawabannya pasti tidak akan menggunakannya.

## 2.2 Minat

Menurut Kamus Bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai kesukaan atau kecenderungan hati terhadap sesuatu, perhatian, atau keinginan. Minat merupakan salah satu kemauan manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu obyek, cenderung untuk memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar kepada obyek tersebut.

Minat penggunaan merupakan suatu keinginan seseorang untuk tetap menggunakan suatu barang Ari (2013). Seorang individu apabila menilai sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya maka di saat itu lah dia akan berminat untuk menggunakannya lagi dan akan mendatangkan kepuasan. Minat adalah sesuatu yang berhubungan dengan daya gerak yang mendorong kita cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda, kegiatan ataupun bisa

berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri (Abror, 1993)

Menurut Wibowo (2008) Minat merupakan rasa perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Kusumah (2009) mendefinisikan bahwa minat merupakan salah satu kemauan manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan. Seseorang akan berminat menggunakannya apabila individu tersebut menilai sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan mendatangkan kepuasan. Menurut Muhibbinsyah (2010) secara sederhana, minat (interest) berarti rasa perilaku dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Istilah minat merupakan terminologi aspek kepribadian untuk menggambarkan adanya kemauan, dorongan (force) yang timbul dari dalam diri individu untuk memilih objek lain yang sejenis. Minat untuk menggunakan diartikan sebagai keinginan individu untuk menggunakan kembali sesuatu yang sama apabila suatu waktu memerlukan kembali (Taylor dan Baker, 1994).

Minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas atau kegiatan. Jadi seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas dan memperhatikan aktivitas itu pasti dilandasi dengan rasa senang dan apabila timbul rasa senang, maka seseorang akan secara konsisten menggunakannya di masa yang akan datang.

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang dikarenakan hal tersebut datang dari dalam diri seseorang yang didasarkan rasa suka dan tidak ada paksaan dari pihak luar. Dengan kata lain, minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang memaksa.

### 2.2.1 Indikator Minat

Terdapat tiga indikator minat yaitu:

1. Minat Transaksional,  
Minat transaksional merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk.
2. Minat Refrensial  
Minat refrensial merupakan kecendrungan seseorang untuk merefrensikan suatu produk kepada orang lain.
3. Minat Eksploratif  
Minat eksploratif merupakan minat yang menggambarkan perilaku seseorang mencari informasi mengenai suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Selain itu ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat Menurut Reber dalam MuhibbinSyah (2005) antara lain Faktor Internal dan faktor eksternal:

1. Faktor internal
  - a. Dorongan dari dalam individu artinya mengarah pada kebutuhan- kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, juga dorongan rasa ingin tahu.
  - b. Motif sosial artinya mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungannya atau aktifitas untuk memenuhi kebutuhan sosial, seperti bekerja, mendapatkan status, mendapatkan penghargaan.

- c. Faktor emosional artinya minat erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.
2. Faktor eksternal
    - a. Status ekonomi
    - b. Pendidikan
    - c. Situasional (Orang dan Lingkungan)
    - d. Keadaan psikis

### **2.3 Persepsi Manfaat**

Persepsi manfaat merupakan suatu keadaan yang mana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Menurut Jogiyanto (2007) persepsi manfaat sejauh mana seseorang percaya terhadap bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Davis (1989) mengemukakan persepsi manfaat sebagai *“Perceived usefulness is defined here as the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance”*, yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Menurut Wen et al., (2011) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai penilaian konsumen terhadap manfaat informasi produk yang dibutuhkan dan dirasakan pada saat berbelanja di toko berbasis web.

Rahmatsyah (2011) mengartikan persepsi kemanfaatan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu

aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya. Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan dengan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi baru tersebut. Dalcher dan Shine (2003) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai rasa kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka.

Dari definisi tersebut diketahui bahwa kegunaan persepsian merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Individu yang percaya terhadap kegunaan suatu sistem akan terdorong untuk memakai sistem tersebut, sebaliknya jika individu merasa tidak percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka tidak akan menggunakannya. Konsep ini juga menggambarkan manfaat sistem bagi pemakainya yang berkaitan dengan produktivitas, kinerja tugas, efektivitas, pentingnya bagi tugas, serta kebermanfaatannya secara keseluruhan.

### **2.3.1 Indikator Persepsi Manfaat**

Terdapat tiga indikator minat menurut Davis (1989) yaitu:

- a. *Makes job easier* (menjadi lebih mudah)  
Dapat memperhemat - pengguna dalam melakukan transaksi perbankan.
- b. *Increase productivity* (menambah produktifitas)  
*Increase productivity* dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja bagi pengguna.
- c. *Enhance effectiveness* (mempertinggi efektifitas)

Dapat mempercepat waktu pengguna dalam penelusuran sehingga lebih efektif dalam penggunaannya.

## **2.4 Persepsi Kemudahan**

Menurut Davis (1989) persepsi kemudahan merupakan “*the degree to which a person believes that using a particular system would be free of physical and mental efforts*”, yaitu suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*) atau dengan kata lain teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna. Sedangkan menurut Wibowo (dalam Yolanda, 2013) persepsi kemudahan didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Hartono (dalam Shomad, 2013) mengatakan bahwa persepsi kemudahan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan jauh lebih mudah.

Jogiyanto (2007) kemudahan penggunaan didefinisikan sebagaimana sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Persepsi kemudahan juga merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha yang keras, meskipun usaha menurut setiap orang berbeda-beda, tetapi pada umumnya untuk menghindari penolakan dari pengguna sistem atas sistem yang dikembangkan. Wen et al., (2011) juga menyebutkan bahwa persepsi kemudahan merupakan keadaan konsumen saat merasakan bahwa belanja di toko berbasis web akan meningkatkan belanjanya serta sejauh mana konsumen merasakan kemudahan interaksi dengan situs web dan dapat menerima informasi produk yang ia butuhkan.

Menurut Widjana (2010) persepsi kemudahan pengguna berarti keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (*free of effort*). Konsep kemudahan penggunaan menunjukkan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan sistem informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai, konsep ini memberikan pengertian bahwa apabila sistem informasi mudah digunakan, maka menggunakan cenderung untuk menggunakan sistem informasi tersebut.

#### **2.4.1 Indikator Persepsi Kemudahan**

Davis (1989) menyebutkan indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) yaitu:

a. Mudah untuk dipelajari

Sistem informasi dan teknologi yang diberikan harus mudah dipelajari dan dipahami agar dapat mempermudah dalam penggunaannya.

b. Fleksibel

Sistem teknologi yang diberikan bersifat fleksibel sehingga pengguna sistem dapat dengan mudah mengoperasikannya.

c. Dapat mengontrol pekerjaan

Sistem teknologi yang diberikan dapat mengontrol pekerjaan dengan mudah.

d. Mudah untuk digunakan

Sistem teknologi yang diberikan mudah untuk digunakan.

Fusilier dan Durlabhji (dikutip dalam Khakim, 2016) menjelaskan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan yaitu:

1. Merasakan kemudahan dalam menggunakan teknologi guna melakukan kegiatan yang diinginkan.
2. Dapat berinteraksi dengan teknologi yang tidak memerlukan usaha yang besar.

### **2.5 Bank Syariah**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 mengenai perbankan yang dimaksud dengan bank adalah "badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak". Perbankan membantu memperlancar perekonomian diantaranya yaitu memperlancar aliran dana dari pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana.

Secara umum jika dilihat dari cara menentukan harga, bank terbagi menjadi dua macam, yaitu bank yang berdasarkan prinsip konvensional dan bank yang berdasarkan prinsip syariah. Bank syariah adalah bank dalam aktivitasnya, baik menghimpun dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil. Sholahudin (2006). Sedangkan bank konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas

pembayaran. Bank konvensional merupakan bank yang dalam operasionalnya menerapkan metode bunga, karena metode bunga sudah ada terlebih dahulu, menjadi kebiasaan dan telah dipakai secara meluas dibandingkan dengan metode bagi hasil

Alasan berdirinya bank syariah adalah adanya unsur riba di dalam bank konvensional yaitu unsur bunga dalam pengoperasian usahanya, padahal dalam Al Qur'an dan sunnah sudah dengan jelas melarang keras adanya bunga karena 50 kezalimannya, serta banyaknya pendapat dari para ahli fiqih yang mengharamkan adanya bunga. Selain itu bank syariah juga menawarkan berbagai produk perbankan, produk dan pelayanan yang diberikan sudah tentu sangat islami.

### **2.5.1 Layanan Online Banking Pada Perbankan Syariah**

Salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank syariah adalah layanan online banking. Online banking merupakan fasilitas transaksi finansial secara online yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja, tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Sehingga dengan adanya layanan ini dapat mempermudah nasabah dalam melakukan berbagai transaksi.

### **2.5.2 *Automatic Teller Machine* (ATM)**

ATM merupakan perangkat yang mampu menggantikan sebagian besar fungsi tugas dari seorang teller dalam melaksanakan pelayanan bank tanpa dibatasi oleh waktu operasional bank tersebut Imradhani dan Nugroho (2011). ATM pada Bank Syariah Mandiri juga dapat digunakan untuk nasabah bank anggota bersama, prima, dan brancard (Marliza, 2017).

Mesin ini menjadi alternatif transaksi bagi nasabah baik tunai maupun non tunai. Menggunakan mesin ini, kebanyakan orang berasumsi bahwa ATM dapat memenuhi kebutuhan mereka secara cepat dan fleksibel, mudah dilakukan darimana saja dan kapan saja Imradhani dan Nugroho (2011). ATM tidak memerlukan jaringan internet atau biaya internet dalam mengaplikasikannya, ATM berupa mesin transaksi tunai maupun non tunai yang ditempatkan pada lokasi-lokasi tertentu oleh bank tertentu dimana nasabah harus mengunjungi lokasi tersebut untuk bisa transaksi. Beda halnya dengan *e-banking*.

Adapun manfaat yang dapat diberikan oleh ATM yaitu:

1. Praktis dan mudah dalam pengoperasian mesin ATM.
2. Melayani keperluan nasabah 24 jam termasuk hari libur.
3. Menjamin keamanan dan privacy.
4. Kemungkinan mengambil uang tunai lebih dari 1 kali dalam sehari.
5. Terdapat diberbagai tempat yang strategis.

### **2.5.3 Electronic Banking (E-Banking)**

Nasabah tidak harus datang ke bank atau ke ATM dalam melakukan transaksi perbankannya karena bank telah menyediakan layanan *electronic banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan perbankan nasabah sebagai alternatif media dalam melakukan transaksi, kecuali untuk transaksi setoran dan tarikan uang tunai.

Layanan *e-banking* meliputi internet banking, *mobile banking*, sms banking, dan phone banking. Jenis transaksi yang ditawarkan dalam *e-banking* berbeda-beda pada setiap bank, namun secara garis besar jenis transaksi yang biasanya disediakan meliputi transaksi finansial dan non-

finansial, antara lain transfer uang, cek saldo, mengakses informasi, melakukan pembayaran, pembelian dan perubahan PIN (*Personal Identify Number*).

### **2.5.3.1 Internet Banking**

Internet Banking merupakan salah satu bentuk produk jasa yang mulai banyak ditawarkan oleh bank-bank komersial di Indonesia. Pada saat ini penggunaan Internet-Banking bagi nasabah meluas karena memberikan manfaat yang sangat besar bagi kelancaran proses-proses transaksi. proses transfer, penarikan, dan pembayaran transaksi yang dilakukan melalui Internet-Banking akan mempermudah dan mempercepat penyelesaian transaksi tersebut. Salah satu produk berbasis internet yang saat ini menjadi perhatian dikalangan perbankan dunia adalah internet banking. (Chan & M, 2004)

Menurut Khairy Mahdi menyatakan internet banking merupakan pemanfaatan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi yang berhubungan dengan transaksi perbankan. Kegiatan ini menggunakan jaringan internet sebagai perantara atau penghubung antara nasabah bank dan pihak bank. Selain itu bentuk transaksi yang dilakukan bersifat maya atau tanpa memerlukan proses tatap muka antara nasabah dan petugas bank yang bersangkutan.

Internet banking memberikan solusi penghematan biaya operasional (cost effective) dalam penggunaannya dibandingkan dengan saluran lainnya. Dikarenakan internet banking mampu mengurangi biaya transaksi ke titik terendah yaitu dapat menghemat 79% biaya dibandingkan dengan biaya transaksi perbankan yang lainnya (Sanusi, 2000).

Adapun manfaat dari Internet Banking yaitu:

1. Praktis dan Gratis
2. Nasabah bisa melakukan banyak transaksi keuangan, membuat dan mengatur jadwal transaksi dalam satu waktu sekaligus.
3. Hemat biaya operasional bagi bank.
4. Melakukan berbagai macam transaksi bank.

### **2.5.3.2 Mobile Banking**

*Mobile banking* merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *mobile banking* meliputi pembayaran, transfer, history, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank (Kurniawati, Winarno & Arif, 2017).

Keberadaan layanan *mobile banking* tentu saja dapat memberikan berbagai manfaat dan kemudahan bagi penggunanya. Namun juga, nasabah dapat menggunakan layanan tersebut sesuai dengan kebutuhannya tanpa harus perlu repot datang ke bank. Nasabah dapat memanfaatkan layanan *mobile banking* dengan cara mengakses menu yang telah tersedia pada SIM Card atau aplikasi yang terinstal di ponsel. Fitur-fitur layanan *mobile banking* yang telah disediakan oleh pihak bank antara lain layanan informasi (saldo, mutase rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang / ATM terdekat), dan layanan transaksi, seperti transfer,

pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi. Internet, bpjs, zakat), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya.

*Mobile banking* bertujuan meningkatkan pelayanan kepada nasabah, memenuhi keinginan pasar, memberi kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi. Ada beberapa layanan yang digunakan nasabah dalam *mobile banking* antara lain untuk mengirim uang (transfer) antar rekening bank, untuk membayar tagihan telepon rumah, listrik, angsuran kredit rumah, mobil, motor, atau pinjaman apapun setiap bulan atau asuransi jiwa, asuransi mobil, dan transaksi non-finansial lainnya. (Kurniawan, David & Hatane Samuel 2013).

Adapun beberapa Manfaat *Mobile Banking*, yaitu:

1. Memungkinkan nasabah melakukan pengecekan saldo dan riwayat transaksi perbankan.
2. Melakukan pembayaran transaksi keuangan dari orang ke orang.
3. Menyediakan informasi letak ATM atau kantor cabang bank terdekat.
4. Memberikan laporan dan ringkasan aktivitas keuangan sesuai dengan permintaan nasabah.
5. Memberikan pemberitahuan tentang aktivitas penggunaan transaksi keuangan.
6. Memberikan layanan pembayaran tagihan secara elektronik, misalnya bayar listrik, bayar paket internet, TV kabel, dan layanan lainnya.

### **2.5.3.3 Short Message Service Banking (SMS Banking)**

SMS banking adalah layanan informasi perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon selular/handphone dengan menggunakan media SMS (short message service) Chopipah (2013). Fitur SMS Banking antara lain layanan informasi mulai dari saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, hingga suku bunga. Selain itu, SMS Banking juga menyediakan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan.

Sejumlah tagihan yang bisa dibayarkan di antaranya bayar listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, dan internet, hingga pembelian seperti pulsa atau tiket, serta berbagai fitur lainnya. Penyampaian informasi jumlah debit dan kredit uang nasabah bisa diketahui dengan berlangganan sms banking yang secara otomatis informasi tersebut dapat diterima dalam bentuk sms dari bank yang bersangkutan. Untuk dapat menggunakan SMS Banking, nasabah harus mendaftarkan diri dan mendaftarkan nomor ponsel terlebih dahulu ke bank serta mendapatkan password. Kemudian, nasabah dapat bertransaksi dengan cara mengetik SMS sesuai dengan format SMS yang telah ditentukan.

### **2.5.3.4 Layanan Phone Banking**

*Phone banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah untuk mengakses informasi dan pelayanan perbankan non cash melalui telepon. Kebanyakan pelayanan *phone banking* menggunakan mesin penerima telepon otomatis dengan sistem *keypad response*. Dengan menggunakan layanan *phone banking*, kita tidak perlu repot untuk datang ke bank dan melakukan transaksi, kita hanya perlu menelepon dan dapat melakukan transaksi perbankan selama 24 jam. Cara kerja layanan perbankan *phone banking* ini sangatlah mudah dan simpel. Hal yang harus dilakukan oleh

nasabah untuk menggunakan layanan ini adalah dengan cara mendaftar ke bank terkait atau melalui atm bank tersebut.

## 2.6 Perspektif Islam Terhadap Persepsi Manfaat dan Kemudahan Serta Kualitas Pelayanan Prima

Tolong menolong dalam memberikan manfaat maupun kemudahan terhadap pelayanan kepada sesama umat manusia merupakan suatu perbuatan yang mulia, pandangan islam mengenai hal tersebut sudah banyak terdapat dalam hadist-hadist maupun dalam Al-Qur'an mengenai tolong menolong sesama umat manusia tanpa terkecuali tolong menolong dalam memberikan manfaat maupun kemudahan bagi sesama manusia. Sebagaimana firman Allah dalam Surah Al-Ma'idah ayat 2, sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشُّهُرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا  
الْقَلَائِدَ وَلَا أَمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۗ وَإِذَا  
حَلَلْتُمْ فَاصْطَوْا ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ  
الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا ۗ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۗ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِ  
ثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Terjemahan :

“...dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.” Melalui ayat diatas Allah memerintahkan kepada kita untuk saling menolong didalam koridor “mengerjakan kebajikan dan

*takwa” dan Allah melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan “Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”. (Q.S Al-Maidah [05] : 2)*

Berdasarkan arti ayat diatas dapat kita kaitkan dengan persepsi manfaat, dimana kata “...*dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan”* memberikan makna agar kita selaku umat manusia dapat memberikan manfaat bagi sesama. Manfaat yang diberikan juga dapat dalam berbentuk apa saja selagi itu memberikan kebajikan pada sesama umat manusia. Hal ini sesuai dengan salah satu hadits Rasulullah SAW yang memerintahkan kepada umat manusia agar berusaha untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama, bahkan beliau menjadikan “bermanfaat bagi sesama” sebagai parameter baik tidaknya kualitas iman seseorang. Hal ini beliau sampaikan dalam sebuah hadits yang diriwayatkan sahabat Jabir bin Abdillah “Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi sesamanya” (Rafidah, 2014).

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa apabila umat Islam mau menerapkan ajaran- ajaran diatas, maka dapat dipastikan bahwa umat Islam adalah umat yang paling menjunjung tinggi profesionalisme kerja baik dalam memberikan manfaat, kemudahan maupun pelayanan prima kepada orang lain. Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas dan bermanfaat.

## **2.7. Penelitian Terdahulu**

Dalam studi literatur ini, penulis mencantumkan beberapa penelitian yang pernah dilakukan oleh beberapa pihak, sebagai bahan rujukan dalam

mengembangkan materi yang ada dalam penelitian yang dibuat oleh penulis.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Metode	Hasil Penelitian
1.	Pranoto dan Setianegar (2020) Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi Kasus Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif terapan kausalitas, metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, variable yang digunakan pada penelitian ini ada tiga.	Hasil yang didapatkan dari penelitian ini variable persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah sedangkan variabel persepsi kemudahan berpengaruh negative dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> , serta variable keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> .
2.	Maulana, Iskandar, dan Mailany (2018)  Pengaruh penggunaan <i>mobile banking</i> terhadap minat nasabah dalam bertransaksi menggunakan technology acceptance model	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier, variable yang digunakan pada penelitian ini ada dua.	Hasil penelitian ini didapatkan variabel persepsi kegunaan penggunaan berpengaruh signifikan
3.	Kurniawati, Winarmo, dan Arif (2017)  Analisis Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> yang telah di modifikasi	Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, metode analisis data yang digunakan adalah metode statistik deskriptif, variable yang digunakan pada penelitian ini ada dua.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua konstruk dalam model TAM original secara statistik signifikan.

4.	Khakim (2016) Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan dan keolompok referensi terhadap minat menggunakan APMK	Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, variable yang digunakan pada penelitian ini ada tiga.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, kemanfaatan, kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK)
5.	Dewi dan Warmika (2016) Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi manfaat, dan persepsi Resiko Terhadap Niat menggunakan <i>Mobile Commerce</i> di Kota Denpasar	Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, variable yang digunakan pada penelitian ini ada tiga.	Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menunjukan bahwa variabel independen persepsi kemudahan dan variabel dependen persepsi resiko kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile commerce</i> di Kota Denpasar.
6.	Arthana dan Rukhviyanti (2015) Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (M-Banking): Model Kombinasi Technology Acceptance Model (Tam) Dan Theory Of Planned Behavior (Tpb)	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatori (explanatory research) dengan pendekatan kuantitatif, metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, variable yang digunakan pada penelitian ini ada dua.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat yang dirasakan dan variabel persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi sikap individu menggunakan <i>mobile banking</i> .
7.	Laksana, Astuti Dan Dewantara (2015) Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (Bri) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatori (explanatory research) dengan pendekatan kuantitatif, metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, variable yang digunakan pada penelitian ini ada empat.	Hasil menunjukkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian secara terpisah (parsial) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> .

8.	Bastian Amanullah (2014) Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i> (Survey Pada Nasabah Bank Bca Semarang)	Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, metode analisis data yang digunakan adalah regresi berganda, variable yang digunakan pada penelitian ini ada tiga.	Hasil menunjukkan bahwa ketiga variabel independent yaitu persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan secara positif dan signifikan mempengaruhi variabel dependent yaitu sikap positif penggunaan layanan <i>mobile banking</i> .
----	--	---	--

Sumber: Penelitian terdahulu

Dari beberapa penelitian di atas terdapat kesamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan karakteristik yang *relative* sama dalam hal tema, kajian, meskipun berbeda dalam kriteria subjek, jumlah, posisi, variable penelitian, dan metode analisis. Seperti penelitian yang dilakukan oleh:

1. Pranoto dan Setianegar (2020) yang memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu dari segi pengambilan variable persepsi manfaat dan variable persepsi kemudahan. Adapun yang membedakan dengan penelitian ini terletak pada lokasi tempat penelitian yaitu di Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Maulana, Iskandar & Mailany (2018) yang memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dari segi pemilihan konteks yang ingin diteliti yaitu pada penggunaan aplikasi *mobile banking*. Sedangkan perbedaannya terletak dari segi pemilihan variabel yang diteliti, dimana pada penelitian yang dilakukan oleh Maulana, Iskandar & Mailany (2018) menggunakan variabel persepsi kegunaan sementara pada penelitian yang dilakukan

oleh peneliti menggunakan variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati, Winarmo & Arif (2017) penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dari segi pemilihan konteks yang diteliti yaitu minat dalam menggunakan *mobile banking*. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati, Winarmo & Arif (2017) meneliti mengenai analisis pengaruh.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Khakim (2016) yang memiliki kesamaan dalam pemilihan variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan, dan Adapun perbedaannya pada pemilihan variabel lain yaitu variabel kelompok referensi.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Warmika (2016) yang memiliki kesamaan dalam pemilihan variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan, dan Adapun perbedaannya pada pemilihan variabel lain yaitu variabel penggunaan dan variabel persepsi resiko.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Arthana & Rukhviyanti (2015) yang memiliki kesamaan dalam pemilihan konteks yang ingin diteliti yaitu minat menggunakan *mobile banking*, dan perbedaannya pada pemilihan variabel lain.
7. Penelitian yang dilakukan oleh Laksana, Astuti & Dewantara (2015) yang memiliki kesamaan dalam pemilihan variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan, dan perbedaannya pada pemilihan variabel lain variabel persepsi resiko dan persepsi kesesuaian.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Amanullah (2014) yang memiliki kesamaan dalam pemilihan variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan, dan perbedaannya pada pemilihan variabel lain variabel kepercayaan.

## **2.8 Pengembangan Hipotesis**

### **2.8.1 Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *mobile banking***

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Warmika (2016) yang berjudul “Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan *Mobile Commerce* di Kota Denpasar” penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi penggunaan, manfaat, dan resiko terhadap minat menggunakan *mobile commerce* yang dimana penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *mobile commerce* di Kota Denpasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Fatmasari dan Wulandari (2016) yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam penggunaan APMK” tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam penggunaan APMK. Hasil analisis penelitian menyebutkan bahwa seluruh variabel independen yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat, sikap, persepsi kontrol perilaku dan norma subjektif secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam penggunaan APMK.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh

Dari penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya memiliki beberapa kesamaan, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Warmika (2016) memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu dari segi pemilihan variabel yaitu variabel persepsi kemudahan dan variabel persepsi manfaat.

H1: Persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh.

### **2.8.2 Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking***

Penelitian yang dilakukan Maulana, Iskandar, dan Mailany (2018) yang berjudul "Pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap minat nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Theory Acceptance Model*" jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode analisis kuantitatif. Penelitian ini dimaksudkan untuk melihat bagaimana pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap minat nasabah dalam bertransaksi dengan *technology acceptance model* dan melihat pula apakah persepsi kegunaan pengguna berpengaruh terhadap minat bertransaksi. Hasil penelitian ini didapatkan variabel persepsi kegunaan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi.

Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati, Winarmo dan Arif (2017) yang berjudul "Analisis minat penggunaan *Mobile Banking* dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* yang telah dimodifikasi" Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi mahasiswa tentang intensi untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* untuk mendukung aktivitas mereka sehari-hari.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua konstruk dalam model TAM original secara statistik signifikan. Sedangkan pada bagian lain, gender sebagai variabel eksternal dalam penelitian ini tidak mempunyai pengaruh terhadap kegunaan, persepsian, dan kemudahan penggunaan persepsian. Implikasi dari hasil penelitian ini relevan bagi mahasiswa yang berminat menggunakan *mobile banking* agar lebih memperhatikan faktor pengalaman dan kemudahan penggunaan. Pengguna *mobile banking* diharapkan untuk lebih yakin dengan menggunakan *mobile banking* dapat mempermudah aktivitas perbankannya.

Dari penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya memiliki beberapa kesamaan diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Maulana, Iskandar, dan Mailany (2018) memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dari segi konteks yang ingin diteliti yaitu minat dalam menggunakan *mobile banking*. Selanjutnya pada penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati, Winarmo dan Arif (2017) juga memiliki kesamaan dalam pemilihan konteks yang ingin diteliti yaitu minat dalam menggunakan *mobile banking*.

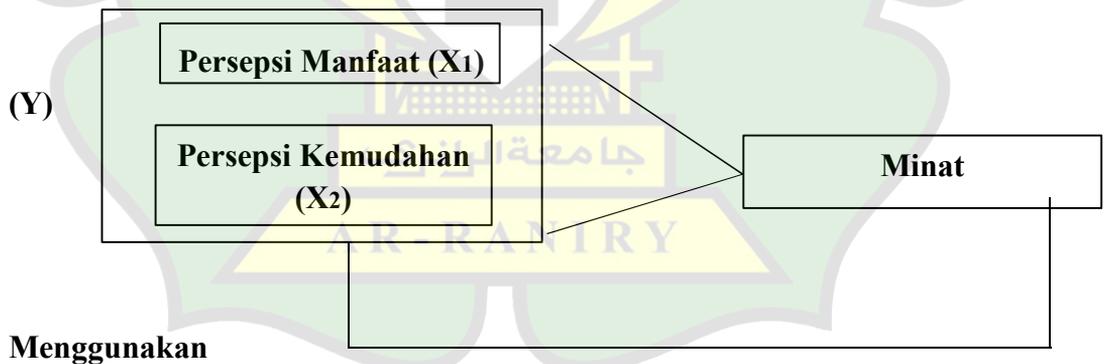
H2: Persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh.

H3: Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh simultan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh.

## 2.9 Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual yang menjelaskan bagaimana suatu teori berhubungan, yang dibangun berdasarkan teori, pustaka dan riset studi terdahulu yang telah dideskripsikan dan dianalisis secara kritis dan sistematis sehingga menghasilkan hubungan antara variabel yang diteliti Fitrianti (2016). Penelitian ini mengambil tiga (2) variabel untuk diteliti yaitu variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan, yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh faktor persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Kerangka penelitian digunakan untuk mempermudah jalan pemikiran terhadap masalah yang akan dibahas. Berikut kerangka pemikiran dalam penelitian ini.

*Gambar 2.1 Kerangka Berpikir*



Sumber: Data diolah 2021

Kerangka pemikiran pada gambar 2.1 menggambarkan bahwa variabel persepsi manfaat (X1), variabel persepsi kemudahan (X2) secara parsial dan secara simultan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y) Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh.



## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih Sugiyono (2012). Jenis penelitian asosiatif digunakan karena dapat mempermudah peneliti untuk mengetahui hubungan antara variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dengan minat nasabah serta dapat mempermudah peneliti untuk melihat indikator maupun faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung ke lokasi atau lapangan, sehingga memperoleh data-data yang relevan dari nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang analisisnya menekankan pada data-data kuantitatif (angka) yang dikumpulkan melalui prosedur pengukuran dan diolah dengan metode analisis statistika Azwar (2017). Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini merujuk pada persentase data-data angka yang diperoleh dari lapangan yang kemudian diolah dengan metode statistika. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel sehingga jenis penelitian kuantitatif sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini.

## **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat untuk peneliti melakukan sebuah penelitian dalam menangkap peristiwa yang sebenarnya terjadi dari objek yang diteliti dalam rangka untuk mendapatkan data-data penelitian yang akurat. Penulis melakukan penelitian di Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh dikarenakan jumlah nasabah pengguna aplikasi *mobile banking* di lokasi tersebut banyak dan berdasarkan hasil data yang diperoleh dari lapangan memang adanya kenaikan grafik jumlah nasabah pengguna aplikasi *mobile banking* pada tahun 2021 di Bank tersebut.

## **3.3 Populasi dan Sampel**

### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2017). Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh sebanyak 4730 orang (BSI, 2021).

### **3.3.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu subjek. Pengambilan sampel ini harus

dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi sebenarnya.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu Sugiyono (2017). Penelitian ini dilakukan dengan metode survei dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan data primer kuisisioner terdiri dari pertanyaan terbuka, yang mana responden diminta menjawab pertanyaan yang diajukan tanpa ada pilihan dan pertanyaan tertutup, yaitu responden hanya bisa memilih dari pilihan jawaban yang tersedia. Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu:

1. Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng.
2. Nasabah Sedang/Pernah menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng.

Penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Penelitian ini pun menggunakan rumus slovin. Rumus slovin untuk menentukan sample adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \quad \dots (3.1)$$

Keterangan rumus slovin:

n : Ukuran sampel / jumlah responden

N : Ukuran populasi

E : Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditoleransi 10%

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

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

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

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

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 4730 Nasabah yang menggunakan *mobile banking* sehingga persentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{4730}{1 + 4730 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{4730}{1 + 4730 (0,01)}$$

$$n = \frac{4730}{1 + 47,3}$$

$$n = \frac{4730}{48,3}$$

$$n = 97,92$$

$$n = 98$$

Dari hasil perhitungan didapatkan sampel yang akan digunakan minimal sebesar 98 orang, Sesuai yang telah ditetapkan pada bab sebelumnya, namun peneliti memakai 100 orang sebagai sampel, hal ini dilakukan untuk mengenskapkan jumlah responden dari jumlah sebelumnya.

### **3.4 Jenis Data dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer, Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian berupa hasil kuesioner. Sumber data primer yang akan digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang dibagikan langsung kepada responden Muhammad (2008). Data ini dapat diperoleh langsung dari sumber asli yaitu responden nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk memperoleh data. Data diperoleh dari kuesioner yang merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawabnya (Sugiyono, 2014).

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Untuk pengumpulan data yang dimaksud, teknik yang digunakan adalah teknik lapangan (*field research*). Metode yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan Angket / Kuesioner yang kemudian disebarakan secara *online* dalam bentuk *google form*. Adapun kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari penelitian Khakim, Dewi, Warmika dan Wulandari dengan sedikit perubahan dan penyesuaian dengan penelitian

yang dilakukan. Teknik pengumpulan data ini merupakan teknik yang menggunakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi tentang dirinya atau hal-hal yang dirasakan selama terikat dengan perjanjian yang telah disepakati dengan organisasi tersebut dengan cara membagi langsung dengan responden yang bersangkutan, angket atau kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat pula diberikan pada responden secara langsung atau dikirim melalui pos maupun internet (Sugiyono, 2008).

Terdapat berbagai jenis kuesioner yang dapat digunakan dalam melakukan sebuah penelitian. Kuesioner yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu kuesioner tertutup. Seperti yang disebutkan Arikunto (2010) Kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih.

Responden pada penelitian ini adalah nasabah pengguna *mobile banking* KCP Ulee Kareng Banda Aceh. Diharapkan dengan menggunakan angket dapat memberikan kemudahan kepada responden dalam menjawab pertanyaan atau pernyataan, karena responden hanya akan menjawab menggunakan tanda checklist (√) pada kolom yang telah disediakan.

### **3.6 Skala Pengukuran**

Skala pengukuran adalah peraturan penggunaan notasi bilangan dalam pengukuran. Budiaji (2013) menjelaskan ada beberapa pengukuran skala yang dapat digunakan dalam penelitian, yaitu skala thurstone, guttman, dan skala interval. Skala thurstone digunakan untuk menduga preferensi individu dengan menilai frekuensi responnya, skala guttman menggunakan kumulatif yaitu apabila individu menyetujui satu butir pertanyaan maka

pertanyaan yang lain menyutujuinya. Sedangkan skala interval yaitu menggunakan beberapa butir pernyataan yang kemudian disediakan lima butir titik pilihan disetiap butir pernyataannya.

Pada skala pengukuran juga memiliki macam-macam skala pengukuran, diantaranya skala nominal, skala ordinal, skala interval, dan skala rasio. Dalam penelitian ini, teknik pengukuran datanya yang digunakan adalah skala interval. Pada penelitian ini digunakan skala interval, karena skala ini menggunakan teknik analisis data analisis regresi berganda, jika peneliti masih menggunakan teknik ordinal, maka teknik analisis data nya harus diubah (Sartika, 2012).

### **3.7 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2017) adalah suatu atribut atau sifat, nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel dibedakan menjadi dua macam yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Sedangkan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen.

### **3.8 Defenisi Operasional**

Sarwono (2006) menjelaskan bahwa definisi operasional adalah penjelasan tentang variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian digunakan dua macam variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen, berikut adalah pengertian dari variabel-variabel tersebut

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala dan Pengukuran
1	Persepsi Manfaat (X1)	Mengemukakan persepsi manfaat ialah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. (Davis, 1989)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dapat meningkatkan kinerja pekerjaan</li> <li>2. Menjadikan pekerjaan lebih mudah</li> <li>3. Teknologi yang digunakan dirasakan bermanfaat. (Davis, 1989)</li> </ol>	Interval
2	Persepsi Kemudahan(X2)	Persepsi kemudahan merupakan suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun atau dengan kata lain teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna. (Davis, 1989)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah untuk dipelajari</li> <li>2. Fleksibel</li> <li>3. Dapat mengontrol pekerjaan</li> <li>4. Mudah untuk digunakan. (Davis, 1989)</li> </ol>	Interval

3	Minat(Y)	Minat penggunaan merupakan suatu keinginan seseorang untuk tetap menggunakan suatu barang. (Ari, 2013)	1. Minat Transaksional, 2. Minat Refrensial 3. Minat Eksploratif (Ari, 2013)	Interval
---	----------	--	--	----------

Sumber: Penelitian terdahulu

### 3.9 Teknik Pengolahan Data

Setelah semua data telah terkumpul dengan lengkap maka tahap selanjutnya adalah pengolahan data. Langkah-langkah dari pengolahan data sebagai berikut :

#### 3.9.1 Editing

Tahap *editing* adalah memeriksa daftar pertanyaan yang telah terkumpul dari lapangan. Jadi, setelah angket diisi serta dikembalikan oleh responden, maka peneliti segera memeriksa dan meneliti satu persatu. Peneliti berusaha memeriksa ataupun meneliti sedetail mungkin terhadap angket yang telah disebarkan kepada responden. Hal ini bertujuan untuk menghindari dari kesalahan ataupun data penelitian.

#### 3.9.2 Scoring

Setelah tahap *editing* selesai, maka tahap kedua adalah *scoring*. Yang dimaksud dengan *scoring* adalah memberikan skor ataupun nilai terhadap item-item pertanyaan yang terdapat pada angket. Setiap jawaban mempunyai nilai tersendiri untuk menghitung data.

### **3.9.3 Tabulating**

Setelah tahap *editing* dan tahap *scoring* selesai maka tahap terakhir adalah *tabulating*. Yang dimaksud dengan *tabulating* adalah memasukkan data yang telah terkumpul pada tabel yang kemudian menghitungnya sesuai angka yang didapat. Setelah selesai persiapan data silakukan, tahap selanjutnya adalah mengolah serta menganalisis data tersebut kedalam bentuk statistik.

### **3.10 Uji Keabsahan Data**

Kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas) sangat diperlukan dalam sebuah penelitian, maka uji coba ini dimaksudkan untuk mengetahui hal tersebut. Uji validitas dan uji reliabilitas angket/kuisisioner diperlukan untuk memastikan bahwa angket tersebut valid dan dapat diandalkan untuk penelitian selanjutnya.

### **3.11 Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2011) Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrument kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item item yang tersaji dalam kuesioner benar benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Uji Validitas ini digunakan untuk mengungkapkan apakah pertanyaan pada kuesioner tersebut sah atau tidak. Dengan kata lain jika dicontohkan mengenai data kerukunan umat beragama, maka responden ketika diberi empat pertanyaan tersebut bisa secara tepat mengungkapkan tingkat kerukunan umat beragama. Tingkat validitas dapat diukur dengan melihat pada kolom atau

baris total score (Toleransi), kalau pada kolom atau baris tersebut masing-masing total butir pertanyaan menghasilkan tanda bintang, berarti itu signifikan Bawono (2006). Apabila berbintang satu, itu berarti signifikan pada level 5% (0,05). Apabila berbintang dua, itu berarti signifikan pada level 1% (0,01).

### **3.12 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengatur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur keandalannya Sugiyono (2016). Reliabilitas menunjukkan pada tingkat keandalan (dapat dipercaya) dari suatu indikator yang digunakan dalam penelitian. Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji Cronboach Alpha ( $\alpha$ ), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronboach Alpha ( $\alpha$ ) > 0,60 (Ghozali, 2013).

### **3.13 Uji Asumsi Klasik**

Model regresi berganda (multiple regresion) dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi Kriteria BLUE (Best Linier Estimator). BLUE dapat di capai bila memenuhi Asumsi Klasik (Bawono, 2006).

#### **3.13.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas yang digunakan pada model regresi bertujuan digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi berdistribusi bersifat normal atau tidak. Model regresi yang bisa dikatakan normal adalah model regresi yang memiliki nilai residual yang memiliki

distribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal Probability Plot of Regression Standardized Residual* atau *Skewness* dan *Kurtosis*.

Pada penelitian ini akan digunakan uji normalitas *Normal Probability Plot of Regression Standardized Residual*. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Ghozali menyatakan bahwa dasar dari pengambilan keputusan untuk uji normalitas dengan *probability Plot* adalah sebagai berikut :

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya maka distribusi normal, model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya maka distribusi normal dan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### **3.13.2 Uji Multikolenaritas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Apabila ditemukan korelasi antarvariabel independen, maka adanya masalah multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak menimbulkan masalah multikolinearitas. Metode pengujian yang paling sering digunakan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi.

Menurut Ghozali (2005) bahwa dasar pengambilan keputusan untuk uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Tolerance* variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika nilai *Tolerance* variabel lebih kecil dari 0,10 dan nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinearitas

### 3.13.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Menurut Ghozali (2005) bahwa jika varian data residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik *Scatter Plot*. Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.14 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis yang mana digunakan oleh peneliti untuk mengetahui apakah keadaan tinggi rendahnya variabel dependen terhadap dua atau lebih variabel independen sebagai faktor untuk dimanipulasi atau dalam artian analisis regresi bisa digunakan apabila variabel independennya lebih dari dua (Ghozali,2016).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \quad \dots (3.2)$$

### 3.15 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah jawaban yang berlaku sementara terhadap masalah penelitian, dalam hal ini keputusan dibuat mengandung ketidakpastian, memiliki risiko karena jawaban kedepannya bisa jadi benar maupun salah. Dilakukan uji ini untuk dapat mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Menurut Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, hipotesis sendiri dibagi menjadi dua bagian yaitu:

1. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yaitu yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya
2. Hipotesis alternative ( $H_a$ ) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.

#### 3.15.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) biasanya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai  $R^2$  adalah diantara nol dan satu. Jika  $R^2$  berkisar hampir satu artinya semakin kuat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel

dependen dan juga sebaliknya jika  $R^2$  mendekati nol maka semakin lemah kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Suliyanto, 2011).

### 3.15.2 Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2016) uji parsial adalah uji yang digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Caranya yaitu dengan membandingkan t hitung dengan dengan t tabel, apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti variabel *independen* secara individual mempengaruhi variabel *dependen*. Uji t digunakan untuk menguji apakah setiap variabel (*independen*) secara masing-masing parsial atau individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terkait (*dependen*) pada tingkat signifikansi 0,05 (5%) dengan menganggap variabel bebas bernilai konstan.

Jika nilai sig  $< 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

Jika nilai sig  $> 0,05$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

### 3.15.3 Uji Simultan (Uji F)

Pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengetahuan semua variabel independen terdapat didalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. F hasil perhitungan selanjutnya akan dibandingkan dengan F tabel yang akan diperoleh dengan menggunakan risiko atau signifikan 0,05 (5%) dengan kriteria sebagai berikut:

1.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau nilai signifikan  $< 0,05$  (5%)

2.  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$  atau nilai signifikan  $> 0,05$  (5%)



## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Gambaran Umum Penelitian**

#### **4.1.1 Gambaran Umum Program Studi Perbankan Syariah**

Program Studi / jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan salah satu program studi strata satu di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh yang menyeleggrakan pendidikan dimulai tahun 2014. Jurusan ini diketuai oleh Ibu Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M. Ag dengan jumlah mahasiswa aktif per 2021 sebanyak 1006 mahasiswa dan telah terakreditasi B oleh BAN PT.

Adapun visi dari program studi S1 Perbankan Syariah sendiri adalah Unggul dalam pengkajian dan pengembangan Perbankan Syariah yang berbasis kompetensi untuk menghasilkan lulusan yang berdaya saing global dengan berorientasi pada nilai-nilai ke-Islaman pada tahun 2030, Serta memiliki misi sebagai berikut:

1. Menyelenggarakan pendidikan perbankan syariah berbasis nilai-nilai ke-Islaman.
2. Menghasilkan lulusan yang mampu melakukan penelitian dalam bidang perbankan syariah yang berbasis kompetensi dan berdaya saing global.
3. Mengembangkan riset di bidang perbankan syariah yang berbasis kompetensi dan kebutuhan pasar.
4. Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat dalam rangka mengaplikasikan ilmu-ilmu keuangan dan perbankan syariah.
5. Menghasilkan wirausaha khususnya dalam bidang Lembaga Keuangan Mikro Syariah, Koperasi Jasa Keuangan Syariah, maupun sektor UMKM secara syariah.

#### 4.1.2 Gambaran Umum Aplikasi *Mobile Banking*

*Mobile banking* merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *mobile banking* meliputi pembayaran, transfer, history, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank (Kurniawati, Winarno & Arif, 2017).

Penawaran layanan perbankan melalui *mobile banking* sebenarnya sudah banyak dilakukan di media-media elektronik maupun dengan menawarkan secara langsung kepada nasabah pada saat pembuatan rekening tabungan. Namun belum banyak nasabah yang menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi keuangannya. Hal tersebut disebabkan terdapat beberapa kendala seperti kurangnya pengetahuan akan kemudahan dan manfaat dari layanan *mobile banking* serta masih banyaknya nasabah yang lebih menyukai untuk menggunakan transaksi secara manual dengan datang langsung ke bank untuk mengantri.

Dalam dunia Pendidikan, bagi mahasiswa, kemudahan dalam penggunaan aplikasi ini biasanya dimanfaatkan untuk pembayaran biaya Pendidikan secara daring. Fenomena kerjasama antara perguruan tinggi dengan perbankan dalam pemberian Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) yang berfasilitas layaknya ATM semakin meningkat.

## 4.2 Hasil Penelitian

### 4.2.1 Karakteristik Responden

Pada karakteristik responden, peneliti akan membahas karakteristik tersebut berdasarkan jenis kelamin dan usia. Adapun semua data ini diambil dari masing-masing responden yang telah memberikan datanya serta telah menjawab seluruh pertanyaan dari kuisioner yang telah diberikan oleh peneliti. Kuesioner disebar dalam bentuk *google form* secara online yang kemudian dibagikan melalui aplikasi whatsApp dan media sosial lainnya. Adapun linknya sebagai berikut:

<https://forms.gle/VqAdSTQR6geANfZw6>

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan dan karakteristik tertentu. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh.

### 4.2.2 Responden Menurut Jenis Kelamin

Karakteristik responden berguna untuk melihat gambaran identitas diri responden yang menjadi sampel dalam penelitian. Pada penelitian ini, karakteristik responden yang diteliti berdasarkan jenis kelamin dan tahun kelahiran. Sesuai yang telah ditetapkan pada bab sebelumnya bahwa jumlah responden sebanyak 98, namun peneliti memakai 100 orang sebagai sampel, hal ini dilakukan untuk menggenapkan jumlah responden dari jumlah sebelumnya. Adapun sampel dalam penelitian ini merupakan nasabah pengguna *mobile banking* pada Bank Syariah KCP Ulee Kareng Banda Aceh. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan data karakteristik

responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	54	55
2	Perempuan	46	46
Total		100	100

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, terdapat 54 orang atau 54% berjenis kelamin laki-laki, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 46 orang atau 46%. Sehingga disimpulkan bahwa nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah KCP Ulee Kareng Banda Aceh didominasi oleh nasabah laki-laki. Adapun responden berdasarkan usia dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	17-24	57	57
2	25-40	29	29
3	41-60	14	14
Total		100	100

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui bahwa responden yang berusia 17-24 tahun sebanyak 57 orang atau 57%, responden yang berusia 25-40 tahun sebanyak 29 orang atau 29%, responden yang berusia 41-60 tahun sebanyak 14 orang atau 14%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah KCP Ulee Kareng Banda Aceh didominasi oleh nasabah dengan usia 17-24 tahun.

### 4.3 Deskripsi Variabel

Pada penelitian ini melihat statistik deskriptif untuk menggambarkan suatu data secara statistik. Statistik deskriptif merujuk pada nilai rata-rata, simpangan baku (*standar deviation*), nilai minimal dan maksimal dari semua variabel penelitian ini yaitu persepsi manfaat ( $X_1$ ), persepsi kemudahan ( $X_2$ ), dan minat (Y), sebagaimana tertera dalam tabel berikut:

**Tabel 4.3**  
**Deskripsi Variabel**

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Persepsi manfaat ( $X_1$ )	100	4	16	14.36	1.823
Persepsi kemudahan ( $X_2$ )	100	4	16	14.08	2.083
Minat (Y)	100	4	16	14.01	1.967

Sumber: Data diolah di SPSS (2021)

Pada tabel diatas menjelaskan tentang statistik deskriptif pada setiap variabel yang terlibat dalam penelitian ini:

- 1) Nilai minimum pada variabel persepsi ( $X_1$ ) manfaat sebesar 4, nilai maksimum sebesar 16, nilai rata-rata sebesar 14,36 dan nilai standar deviasi sebesar 1,823. Hasil ini membuktikan bahwa nilai rata-rata lebih besar dari standar deviasi, dan memperlihatkan bahwa hal tersebut sangat baik. hal ini menunjukkan bahwa standar deviasi memiliki cerminan terhadap penyimpangan yang sangat tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebarkan bias.
- 2) Nilai minimum pada variabel persepsi kemudahan ( $X_2$ ) sebesar 4, nilai maksimumnya adalah 16, nilai rata-ratanya sebesar 14.08 dan nilai standar deviasinya sebesar 2.083. Pada variabel ini

membuktikan bahwa nilai rata-rata lebih besar dari standar deviasi, dan memperlihatkan sangat baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa standar deviasi memiliki cerminan penyimpangan yang sangat tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebabkan bias.

- 3) Nilai minimum pada variabel persepsi kemudahan (Y) sebesar 4, nilai maksimumnya sebesar 16, nilai rata-rata sebesar 14,01 dan nilai standar deviasi sebesar 1,967. Hal ini membuktikan bahwa nilai rata-rata lebih besar dari standar deviasi, dan memperlihatkan bahwa hal tersebut sangat baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa standar deviasi memiliki cerminan penyimpangan yang sangat tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebabkan bias.

#### **4.3.1 Analisis Data**

Analisis data merupakan suatu upaya untuk mengolah data menjadi sebuah informasi, sehingga nantinya data tersebut dapat dipahami dan berguna dalam pengambilan keputusan. Sebelum dilakukan analisis data lebih lanjut. Terlebih dahulu harus dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada data yang telah didapatkan.

#### **4.3.2 Uji Validitas**

Pengujian kualitas data pada penelitian ini diuji secara statistik menggunakan uji koefisien korelasi product moment dengan nilai signifikansi sebesar 0,05 dibantu oleh SPSS 20. Butir pertanyaan tersebut dikatakan valid apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari pada  $r$  tabel. Begitupun sebaliknya, jika  $r$  hitung lebih kecil dari pada  $r$  tabel, maka butir

pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid. Berdasarkan hasil tabel uji validitas pada setiap variabel di atas dapat disimpulkan bahwa setiap butir pertanyaan yang terdapat pada kuesioner penelitian ini telah valid. Hal ini dapat dibuktikan pada tingkat signifikansi 0,05 diperoleh nilai derajat kebebasan  $100-2=98$ , maka nilai  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,196 (dilihat pada tabel nilai kritis korelasi  $r$  product moment). Hasil dari pengujian validitas untuk setiap butir pertanyaan terhadap 100 responden pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

a. Persepsi Manfaat ( $X_1$ )

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas Persepsi Manfaat ( $X_1$ )**

Variabel $X_1$	R hitung	R tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,796	0,196	Valid
Pertanyaan 2	0,812		Valid
Pertanyaan 3	0,794		Valid
Pertanyaan 4	0,633		Valid

b. Persepsi Kemudahan ( $X_2$ )

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan ( $X_2$ )**

Variabel $X_1$	R hitung	R tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,838	0,196	Valid
Pertanyaan 2	0,827		Valid
Pertanyaan 3	0,784		Valid
Pertanyaan 4	0,779		Valid

c. Minat (Y)

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Minat (Y)**

Variabel X <sub>1</sub>	R hitung	R tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,820	0,196	Valid
Pertanyaan 2	0,732		Valid
Pertanyaan 3	0,824		Valid
Pertanyaan 4	0,818		Valid

Sumber: Data diolah (2021)

Hasil output SPSS pada tabel di atas diperoleh data yang menyatakan bahwa dari 12 butir pertanyaan yang diberikan kepada 100 responden menunjukkan hasil nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  yang berarti seluruh item pertanyaan yang diberikan kepada responden dinyatakan valid. Dengan demikian, data tersebut dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

#### 4.3.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkaitan dengan keterandalan dan konsistensi suatu indikator. Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya dan konsisten dalam melakukan penelitian secara berulang-ulang. Nilai *cronbach alpha* variabel persepsi manfaat (X<sub>1</sub>) yaitu sebesar 0,804, nilai variabel persepsi kemudahan (X<sub>2</sub>) yaitu sebesar 0,817, dan nilai variabel minat (Y) adalah sebesar 0,815. Suatu variabel dikatakan reliabilitas jika nilai *coefficients cronbach's alpha* > 0,60. Hasil uji reliabilitas pada 12 butir pertanyaan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach Alpha
X <sub>1</sub>	0,60	0,804
X <sub>2</sub>		0,817

Y	0,815
---	-------

Sumber: Data diolah (2021)

Pada tabel diatas memperlihatkan bahwa nilai *cronbach alpha* variabel persepsi manfaat ( $X_1$ ) yaitu sebesar 0,804, nilai variabel persepsi kemudahan ( $X_2$ ) yaitu sebesar 0,817, dan nilai variabel minat (Y) adalah sebesar 0,815. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai *cronbach alpha* tiap-tiap variabel  $> 0,60$ . Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa instrumen pertanyaan yang digunakan sebagai indikator pada seluruh variabel merupakan alat ukur yang reliabel atau konsisten.

#### 4.4 Asumsi Klasik

##### 4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilakukan dengan cara melihat apabila penyebaran data pada grafik membentuk satu pola garis lurus, maka data tersebut telah distribusi secara normal. Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan uji statistik Kolmogorov-Smirnov, jika tingkat signifikansi lebih besar daripada 0,05 maka data terdistribusi normal, begitupun sebaliknya apabila tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tidak terdistribusi secara normal.

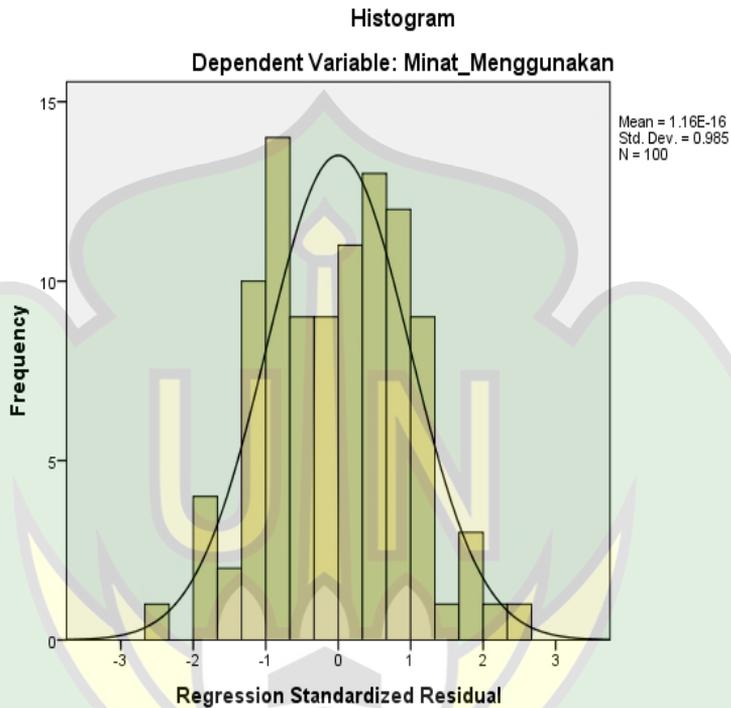
**Tabel 4.8**

#### **Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
Asymp Sig (2-tailed)	0,200

Sumber: Data diolah (2021)

**Gambar 4.1**  
**Uji Normalitas Histogram**



Sumber: Data diolah di SPSS (2021)

Berdasarkan pada Tabel 4.7, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) sebesar 0,200. Hasil ini menunjukkan bahwa diperoleh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data tersebut berdistribusi secara normal. Hasil ini juga didukung oleh gambar grafik histogram yang menunjukkan bahwa garis pada grafik histogram tersebut melengkung secara standar normal, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa residual penelitian ini telah berdistribusi normal dan model regresi juga memenuhi asumsi normalitas.

#### 4.5 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditentukan adanya kolerasi diantara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas. Hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 4.8.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Persepsi Manfaat (X1)	0,319	3,132
Persepsi Kemudahan (X2)	0,319	3,132

Sumber: Data diolah di SPSS (2021)

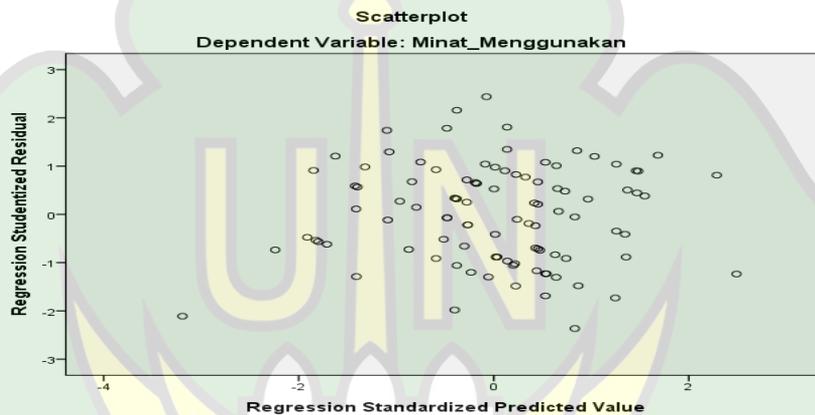
Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat model regresi bebas multikolinieritas karena nilai *tolerance*  $> 0,10$ , yaitu nilai *tolerance* dari persepsi manfaat adalah 0,319, dan nilai *tolerance* dari persepsi kemudahan sebesar 0,319. Hal ini memperlihatkan bahwa tiap-tiap *tolerance* variabel  $> 0,10$ . Sedangkan nilai VIF dari tiap-tiap variabel  $< 10$ , yaitu nilai VIF dari persepsi manfaat sebesar 3,132, dan nilai VIF dari persepsi kemudahan sebesar 3,132. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai VIF dari tiap-tiap variabel  $< 10$ . Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadinya multikolinieritas.

#### 4.6 Uji Heteroskedasitas

Uji herteroskedasitas bertujuan untuk menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lain atau gambara hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *standarlized delete residual* nilai tersebut. Sehingga model juga terbebas dari

heteroskedasitas, hal ini dapat dilihat pada scatterplot yang titik-titik di grafiknya tersebar dan titik mengumpul membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat dilihat pada gambar 4.2 sebagai berikut:

**Gambar 4.2**  
**Hasil Heteroskedastisitas**



Sumber: Data diolah di SPSS (2021)

Terlihat pada grafik *scatterplot* diatas bahwa titik menyebar secara acak dibawah angka 0 sumbu Y. hal ini menyimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas mode regresi pada penelitian ini. Maka data yang digunakan memenuhi syarat untuk dilakukan regresi berganda.

#### **4.7 Regresi Linear Berganda**

Metode yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah analisis regresi linear berganda yang dibantu dengan perangkat SPSS. Terdapat dua variabel bebas dalam penelitian ini yaitu persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan (X2).

Sedangkan untuk variabel terikatnya adalah minat (Y). Tabel 4.9 menyajikan hasil dari analisis regresi linear berganda.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
Constant	1,621	0,900	
Persepsi manfaat (X1)	0,453	0,110	0,420
Persepsi Kemudahan (X2)	0,418	0,096	0,443

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan perhitungan faktor yang disajikan pada Tabel 4.9 maka menghasilkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Persamaan model regresi penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 1,621 + 0,453 X_1 + 0,418 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa 1,621 sebagai nilai konstan. Apabila kedua variabel bebas bernilai konstan (0), maka minat nasabah menggunakan *mobile banking* adalah sebesar 1,621. Nilai konstanta 1,621 juga menunjukkan bahwa kedua variabel bebas dapat memberikan kontribusi yang besar untuk mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking* sebesar 1,621.

Nilai persepsi manfaat (X1) sebesar 0,453 dan positif, artinya persepsi kemudahan memberikan kontribusi positif dalam mempengaruhi minat nasabah menggunakan *mobile banking* yaitu sebesar 45,3 satuan. Apabila

persepsi manfaat meningkat sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan minat nasabah menggunakan *mobile banking* sebesar 45,3 satuan dengan asumsi untuk variabel bebas lain sama dengan nol atau konstan.

Nilai persepsi kemudahan ( $X_2$ ) sebesar 0,418 dan positif, artinya persepsi kemanfaatan memberikan kontribusi positif dalam mempengaruhi minat nasabah menggunakan *mobile banking* yaitu sebesar 41,8 satuan. Apabila persepsi kemudahan meningkat sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan minat nasabah menggunakan *mobile banking* sebesar 41,8 satuan dengan asumsi untuk variabel bebas lain sama dengan nol atau konstan.

## **4.8 Uji Hipotesis**

### **4.8.1 Uji Parsial (Uji t)**

Berdasarkan uji t (uji parsial) melalui analisis regresi, diperoleh hasil variabel bebas yaitu persepsi manfaat ( $X_1$ ) dan persepsi kemudahan ( $X_2$ ) terhadap variabel minat ( $Y$ ). Kriteria pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  berdasarkan signifikan 0,050 dan 2 sisi dengan derajat kebebasan  $df = n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$  ( $n$  adalah jumlah data dan  $k$  adalah variabel independen), sehingga  $t_{tabel}$  yang diperoleh dari tabel statistik adalah sebesar 1,660. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima sedangkan apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak. Secara parsial dapat dijelaskan pada tabel 4.10.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Pengujian Secara Parsial**

Model	T	Df	T tabel	Sig	Kesimpulan
Constant	1,801	Df = 100-2- 1 = 97	1,660	0,075	
Presepsi Manfaat (X <sub>1</sub> )	4,120			0,000	Berpengaruh
Presepsi Kemudahan (X <sub>2</sub> )	4,345			0,000	Berpengaruh

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel} = H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, yaitu variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel} = H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yaitu variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Dari hasil uji parsial (uji t) dapat diketahui bahwa untuk variabel persepsi manfaat (X<sub>1</sub>) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 4,120 dengan nilai probabilitas sebesar 0,000. Nilai probabilitas 0,000 < 0,050 dengan menggunakan signifikan ( $\alpha$ ) 0,050, maka diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,660. Dengan demikian,  $t_{hitung} (4,120) > t_{tabel} (1,660)$ . Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara persepsi manfaat terhadap minat nasaah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh.

Hasil uji t untuk variabel persepsi kemudahan (X<sub>2</sub>) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 4.345 dengan probabilitas 0,000 < 0,050 dengan menggunakan signifikan ( $\alpha$ ) 0,050, maka diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,660. Dengan demikian,  $t_{hitung} (4,345) > t_{tabel} (1,660)$ . Dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap minat nasabah dalam

menggunakan aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh.

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak yaitu variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasaah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh.

#### 4.8.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas persepsi manfaat ( $X_1$ ), dan persepsi kemudahan ( $X_2$ ) berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan tingkat signifikan 5% menunjukkan bahwa secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Begitu juga sebaliknya. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% menunjukkan bahwa secara simultan variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Tabel 4.11 menyajikan hasil dari pengujian secara simultan.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Pengujian Secara Simultan**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	259.915	2	129.957	102.424	0.000
Residual	123.075	97	1.269		
Total	382.990	99			

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 102,424 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ),

sedangkan  $F_{\text{tabel}}$  pada tingkat kepercayaan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) adalah sebesar 3,94. Hal ini berarti  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  ( $102,424 > 3,94$ ). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat ( $X_1$ ), dan persepsi kemudahan ( $X_2$ ) berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh.

#### 4.9 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan faktor terikat menggunakan koefisien determinasi. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu, jika semakin mendekati satu maka dapat dikatakan semakin besar pengaruh yang diberikan faktor bebas terhadap faktor terikat. Begitupun sebaliknya, jika semakin menjauhi satu maka dapat dikatakan semakin kecil pengaruh yang diberikan faktor bebas terhadap faktor terikat. Hasil uji koefisien determinasi disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.13**

#### **Hasil Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Squared
1	0,824	0,679	0,672

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas, Hasil Perhitungan Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,679 atau 67,9%. Hal ini berarti minat nasabah menggunakan *mobile banking* dapat dijelaskan oleh kedua variabel bebas yaitu persepsi manfaat ( $X_1$ ) dan persepsi kemudahan ( $X_2$ ) sebesar 67,9%. Sisanya sebesar 32,1 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti

pada penelitian ini seperti Faktor Persepsi Resiko (Dewi, 2018), Faktor Kontrol Prilaku (Fatmasari, 2016), dan Faktor Sikap Penggunaan (Rahardi, 2015).

#### **4.10 Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **4.10.1 Pagaruh Persepsi Manfaat ( $X_1$ ) Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking***

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa persepsi manfaat ( $X_1$ ) berpengaruh secara positif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Uji Statistik secara parsial pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  pada variabel persepsi manfaat ( $X_1$ ) sebesar 4,120 dan nilai  $t_{tabel}$  ( $t_{\alpha,n}$  atau  $t_{0,05,91}$ ) sebesar 1,660. Berdasarkan pada penjelasan yang sudah dipaparkan sebelumnya, apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $4,120 > 1,660$  dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% maka hipotesis nol ditolak. Persepsi manfaat memiliki pengaruh sebesar 0,453 terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*, yang artinya persepsi manfaat memberikan kontribusi positif dalam mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* sebesar 45,3% yang apabila persepsi manfaat meningkat 1% maka akan meningkatkan minat nasabah sebesar 45,3% dengan asumsi untuk variabel bebas lain sama dengan nol konstan.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maulana, Iskandar, dan Mailany (2018) yang berjudul “Pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap minat nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Theory Acceptance Model*”. Hasil penelitian ini didapatkan variabel persepsi kegunaan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap

minat bertransaksi.

Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Arthana dan Rukhviyanti (2015) yang berjudul “Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan *Mobile Banking (M-Banking)*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat yang dirasakan dan variabel persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi sikap individu menggunakan *mobile banking*.

Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Pranoto dan Setianegar (2020) yang berjudul “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*”. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini variabel persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah sedangkan variabel persepsi kemudahan berpengaruh negative dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*, serta variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan hasil analisis kondisi dilapangan menunjukan bahwa dengan adanya aplikasi *mobile banking* dapat memberikan manfaat bagi nasabah, karena dengan adanya aplikasi *mobile banking* nasabah bisa melakukan transaksi secara aman dan praktis. Selain itu *mobile banking* juga dapat memberikan manfaat kepada nasabah untuk memantau transaksi dan saldo rekening yang bisa dilakukan selama 24 jam.

#### **4.10.2 Pengaruh persepsi kemudahan ( $X_2$ ) terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking***

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa persepsi kemudahan ( $X_2$ ) berpengaruh secara positif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Uji Statistik secara

parsial pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  pada variabel persepsi kemudahan ( $X_2$ ) sebesar 4,345 dan nilai  $t_{tabel}$  ( $t_{\alpha,n}$  atau  $t_{0,05,91}$ ) sebesar 1,660. Berdasarkan pada penjelasan yang sudah dipaparkan sebelumnya, apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $4,345 > 1,660$  dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% maka hipotesis nol ditolak. Persepsi kemudahan memiliki pengaruh sebesar 0,418 terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*, yang artinya persepsi kemudahan memberikan kontribusi positif dalam mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* sebesar 41.8% yang apabila persepsi kemudahan meningkat 1% maka akan meningkatkan minat nasabah sebesar 41.8% dengan asumsi untuk variabel bebas lain sama dengan nol konstan.

Pengaruh positif dan signifikan ini terjadi karena nasabah menganggap bahwa *mobile banking* merupakan aplikasi yang mudah, nyaman untuk dibawa, fleksibelitas, mempermudah dalam mengontrol transaksi pembayaran serta mudah untuk digunakan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Warmika (2016) yang berjudul “Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan *Mobile Commerce* di Kota Denpasar”. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *mobile commerce* di Kota Denpasar.

Berdasarkan hasil analisis kondisi lapangan menunjukkan bahwa dengan adanya aplikasi *mobile banking* ini dapat memberikan hal positif bagi nasabah, karena dengan adanya aplikasi *mobile banking* ini dapat mempermudah nasabah dalam melakukan berbagai transaksi yang pada umumnya harus melalui ATM. Disamping itu nasabah juga dapat

menghematkan waktu tidak perlu bersusah payah pergi ke bank ataupun ke ATM lagi untuk melakukan transaksi, cukup melalui *mobile banking* nasabah sudah bisa melakukan transaksi.

#### **4.10.3 Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking***

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 102.424 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), sedangkan  $F_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) adalah sebesar 3,94. Hal ini berarti  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $102.424 > 3,94$ ). Artinya persepsi manfaat ( $X_1$ ), dan persepsi kemudahan ( $X_2$ ) berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Hasil Perhitungan Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,679 atau 67,9%. Hal ini berarti minat nasabah menggunakan *mobile banking* dapat dijelaskan oleh kedua variabel bebas yaitu persepsi manfaat ( $X_1$ ) dan persepsi kemudahan ( $X_2$ ) sebesar 67,9%. Sisanya sebesar 32,1 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti Faktor Persepsi Resiko (Dewi, 2018), Faktor Kontrol Prilaku (Fatmasari, 2016), dan Faktor Sikap Penggunaan (Rahardi, 2015).

## **BAB V PENUTUP**

Berdasarkan hasil dari analisis data serta pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya mengenai “pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan, terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*”, maka dapat ditarik kesimpulan secara sistematis, keterbatasan penelitian, dan saran yang terkait dengan penelitian ini.

### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, adalah sebagai berikut:

- 1) Persepsi manfaat ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan positif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh.
- 2) Persepsi kemudahan ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan positif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh.
- 3) Persepsi manfaat ( $X_1$ ) dan persepsi kemudahan ( $X_2$ ) berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pada kejadian di lapangan dan dari kesimpulan hasil penelitian, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

### 1. Saran Teoritis

1. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai aplikasi *mobile banking*, salah satu aplikasi teknologi yang diciptakan oleh perbankan harus lebih jeli dalam melihat penggunaan teknologi tersebut, karena perkembangan teknologi sangatlah cepat sehingga apabila dimaksimalkan dapat menghasilkan sebuah model penelitian yang sangat variatif dan baru sehingga akan memberikan kontribusi yang baru bagi ilmu pengetahuan.

### 2. Saran Praktis

1. Bagi Lembaga Keuangan Syariah (LKS) lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang baik, karena kualitas pelayanan sangat berpengaruh dalam kepuasan nasabah untuk mengambil produk-produk yang ada di lembaga keuangan Syariah salah satunya menggunakan aplikasi *mobile banking*.
2. Bagi pemerintah sebagai regulator disarankan untuk terus dapat mengawasi serta menjamin keamanan digitalisasi perbankan dengan meningkatkan kembali regulasi terhadap perlindungan para konsumen khususnya keamanan mengenai data nasabah yang rawan akan peretasan.
3. Bagi masyarakat umum semoga penelitian ini dijadikan bahan referensi dan bahan pertimbangan sebagai masyarakat dalam penggunaan *mobile banking*, karena semakin masyarakat mengetahui tentang adanya *mobile banking* itu sendiri maka

semakin besar keputusan masyarakat untuk menggunakan *mobile banking*.

4. Bagi Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat lebih mudah untuk memberikan izin penelitian, supaya mahasiswa dapat dengan mudah mendapatkan tempat penelitian yang diinginkan, sehingga akan mendorong penelitian yang lebih valid.



## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahannya.

Abror, Abd. Rachman. 1993. *Psikologi Pendidikan*, Yogya: Tiara Wacana.

Amanullah (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Skripsi Semarang* 11 Maret 2014.

Apriyanti, H.W. (2017). Perkembangan Industri Perbankan Syariah di Indonesia: *Jurnal Analisis Peluang Dan Tantangan*. Vol. 1, No.1.

Arthana, R.Y.W. Rukhviyanti (2015). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking (*M-Banking*): Model Kombinasi *Technology Acceptance Model (Tam) Dan Theory Of Planned Behavior* (Tpb). *Jurnal Informasi*. Vol.7. No.1.

Ari, D. P. S. (2013). Pengaruh *Technology Acceptance Model* dan Pengembangannya dalam Perilaku Menggunakan *Core Banking System*. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. Vol. 17, No.2.

Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta

Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Bawono, Anton. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.

Budiaji, W. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Interval. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*. Vol 2 No.2.

- Chan, S., & M, L. (2004). Understanding Internet Banking Adoption and use Behaviour. *Journal of Global Information Management*.
- Chopipah, F. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking. *Skripsi*  
Oleh: 1434 H / 2013 M, 16.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Jurnal Management Science*. Vol. 35. No. 8.
- Dalcher, I., & Shine, J. (2003). Extending the New Teori Acceptance Model to Measure the End User Information Systems Satisfaction in a Mandatory Environment: A Bank's Treasury. *Jurnal Technology Analysis & Strategic Management*, Vol 15, No.4.
- Dewi, ni M. A. (2016). Peran persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan perspsi resiko terhadap niat menggunakan, 5(4), 2606–2636.
- Fatmawati (2015). Teori Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Jurnal Iqra'* Vol. 9. No. 1.
- Firdaus, Muhammad.2008. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Bumi Aksara
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. Novi (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi & Pembangunan* Vol.5. No. 1.

- Jogiyanto. H. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jogiyanto. H. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi kesepuluh Yogyakarta: BPFEE.
- Khomalasari, Devi I. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Layanan Mobile Banking Melalui Sikap Sebagai Intervening. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Kusuma, H. dan Susilowati, D. (2007). Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Jogjakarta. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*. Vol. 11, No. 2, Desember 2007
- Kusuma, H (2009). Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Jogjakarta. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*. Vol. 11, No. 2, Desember 2007
- Kurniawan, David & Hatane Samuel. (2013). Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory Of Reasoned Action. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1. No. 1.
- Kurniawati. H.A. Winarno.W.A. & Arif. A. (2017). *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*. Vol 4. No. 1.
- Marliza. (2017). *Aplikasi Dan Keunggulan E-Banking Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam, Tesis*, Ar-Raniry Banda Aceh.
- Maulana. R. Iskandar. & Malainy M. (2018). Pengaruh penggunaan mobile banking terhadap minat nasabah dalam bertransaksi menggunakan

technology acceptance model. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Volume 2, Nomor 2, Oktober 2018, 146 - 155*

- Muhibbin, Syah. 2005. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Raya Grafindo Perkasa.
- Muhibbin Syah, (2010). *Pendidikan Psikologi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020). *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking*. (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *Keunis*, 8(1), 1–9.
- Purwati N.A (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial. Vol.9. No.1.*
- Rafidah (2014). Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Nalar Fiqh. Vol. 10. No.2.*
- Rahayu (2015). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan *Mobile Commerce*. *Skripsi Kota Denpasar.*
- Rahadi, Rianto Dedi & Zainal. (2015). Analisis Technology Acceptance model pada Industri Perbankan. *Jurnal Sistem Informasi. Vol.7. No.2.*
- Rahmatsyah. D. (2011). *Analisa Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus: Uang Elektronik Kartu Flazz Bca)*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Sanusi, A. (2000). *Prospek Internet Banking di Era Millenium III*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sartika, D. (2012). Analisis pengaruh ukuran perusahaan, kecukupan modal, kualitas aktiva produktif dan likuiditas terhadap return on assets (ROA). *Skripsi Makasar. Universitas Hasanuddin.*

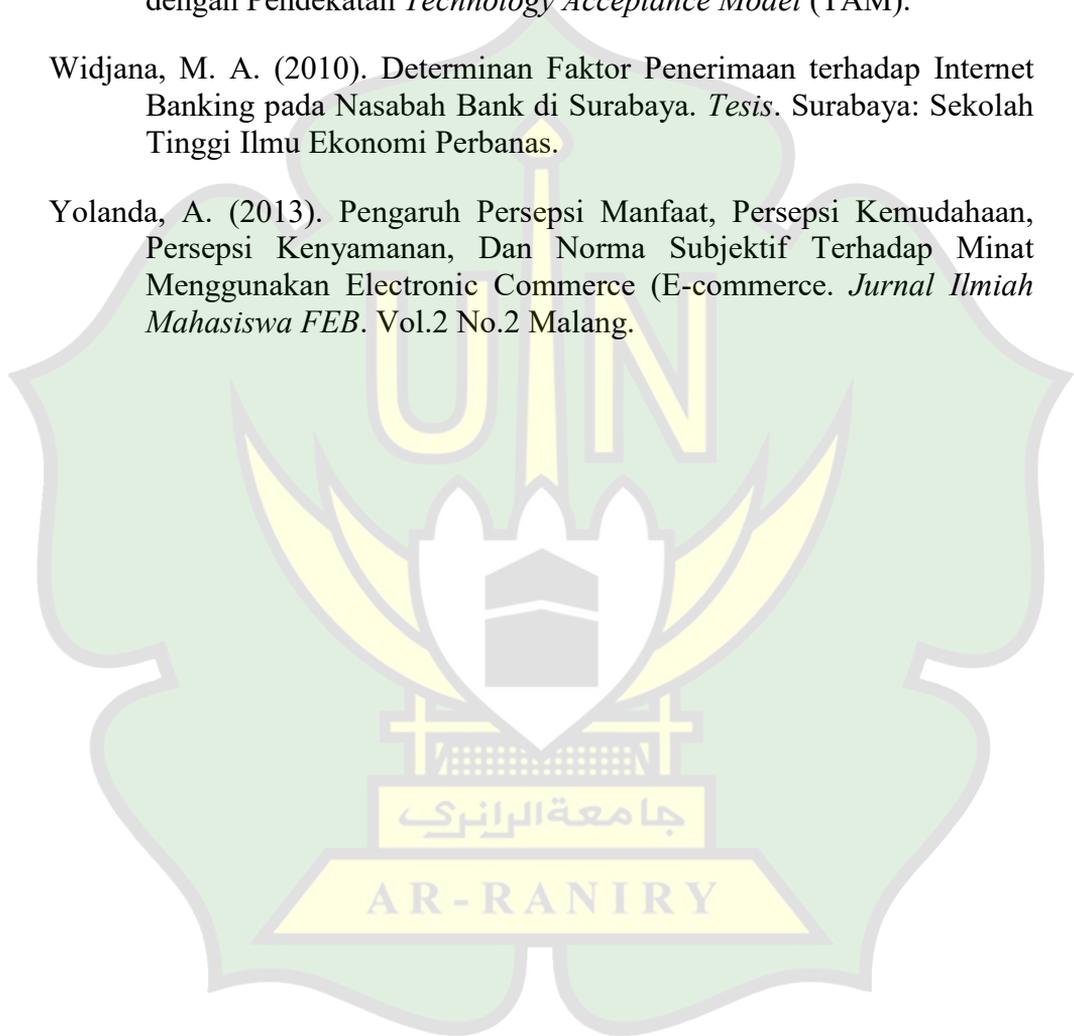
- Shaleh, Abdul Rahman. (2009). *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Sholahudin. M. (2006). *Buku Ajar Ekonomi Islam*. UKM KEI FE UNS & Pusat Studi Ekonomi Islam UMS: Surakarta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suliyanto, (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset. Yogyakarta
- Sulistiyarini, S. (2013). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile banking: Model Kombinasi Teknologi Acceptance Model (TAM) dan Theory Of Planned Behaviour (TPB). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi*. Vol.1. No.2.
- Taylor, S. A., & Baker, T. L. (1994). An Assessment of the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumer's Purchase Intentions. *Journal of Retailing*. Vol.70. No.163-178.
- Tjini, S. S. A., & Baridwan, Z. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kemanfaatan Pengguna Sistem Internet banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa fakultas Ekonomi*. Vol.1. No.2.
- Trisnawati, E. Suroso, A. & Kumorohadi, U. (2012). Analisis faktor-faktor kunci dari niat pembelian kembali secara online (studi kasus pada konsumen fesh shop). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol.19 No. 2 September

Wen, Chao., Prybutok, Victor R., and Xu, Chenyan (2011). “An Integrated Model for CustomerOnline Repurchase Intention”. *Journal of Computer Information Systems*.

Wibowo, A. (2008). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM).

Widjana, M. A. (2010). Determinan Faktor Penerimaan terhadap Internet Banking pada Nasabah Bank di Surabaya. *Tesis*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.

Yolanda, A. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce (E-commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. Vol.2 No.2 Malang.



## Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian

### **KUESIONER PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGUNAKAN *MOBILE BANKING* BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh)**

Kepada Yth,

Responden

Saya M. Fadzil Aldifari, Nim 170603228 mahasiswa tingkat akhir di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah. Dalam rangka penyelesaian skripsi di prodi Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry, saya bermaksud melakukan penelitian tentang “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Bank Syariah Indonesia (Studi pada PT Bank Syariah KCP Ulee Kareng Banda Aceh)”. Data yang didapatkan dari penelitian ini akan terjaga kerahasiannya. Untuk itu saya mohon kiranya saudara/i untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi seluruh pertanyaan dalam kuisisioner. Atas bantuan dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,



M. Fadzil Aldifari  
Nim 170603228

## A. IDENTITAS RESPONDE

Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan

Usia :  17-24

25-40

41-60

Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ulee Kareng Banda Aceh?

Ya

Tidak

Apakah anda Pengguna Aplikasi *Mobile Banking*?

Ya

Tidak

## B. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda centang (√) pada kolom pilihan jawaban yang tersedia pada setiap pernyataan yang telah disediakan. Keterangan dan nilai untuk jawaban dalam kuesioner, yaitu:

- Sangat Setuju (SS) : 4
- Setuju (S) : 3
- Tidak Setuju (TS) : 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

## C. Daftar Pernyataan

### 1. Persepsi Manfaat ( $X_1$ )

No	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1.	Saya merasakan dengan menggunakan <i>mobile banking</i> dapat mempercepat dalam melakukan transaksi dan meningkatkan kinerja pekerjaan				
2.	Saya merasakan dengan menggunakan <i>mobile banking</i> dapat menghemat waktu				
3.	Saya merasakan penggunaan <i>mobile banking</i> memberikan manfaat rasa aman dalam melakukan transaksi				
4.	Saya merasakan bahwa <i>mobile banking</i> memberikan manfaat yang banyak dalam kehidupan tertuma dalam melakukan transaksi tanpa harus mengantri di bank				

### 2. Persepsi Kemudahan ( $X_2$ )

No	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1.	Bagi saya penggunaan aplikasi <i>mobile banking</i> mudah digunakan				
2.	Bagi saya aplikasi <i>mobile banking</i> mudah dipahami dan digunakan				
3.	Bagi saya aplikasi <i>mobile banking</i> fleksibel sehingga dapat digunakan kapan pun dan dimana pun				
4.	Bagi saya aplikasi <i>mobile banking</i> mempermudah dalam mengontrol transaksi pembayaran				

### 3. Minat (Y)

No	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1.	Saya merasa puas dalam menggunakan <i>mobile banking</i> karena memberikan kemudahan dalam kegiatan transaksi				
2.	Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk melakukan transaksi melalui <i>mobile banking</i>				
3.	Saya berminat untuk terus menggunakan <i>mobile banking</i> di masa yang akan datang				
4.	Saya akan tetap menggunakan <i>mobile banking</i> di masa yang akan datang				



## Lampiran 2: Tabulasi Data Jawaban Pernyataan 100 Responden

### 1. Persepsi Manfaat (X<sub>1</sub>) dan persepsi Kemudahan (X<sub>2</sub>)

No	Persepsi Kemudahan (X <sub>1</sub> )					Persepsi Kemanfaatan (X <sub>2</sub> )				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2
1	4	4	4	2	14	4	4	4	4	16
2	4	4	3	4	15	4	3	3	4	14
3	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12
5	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14
6	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12
7	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
8	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14
10	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
11	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
13	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
17	4	4	4	3	15	3	3	3	3	12
18	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
21	3	3	3	4	13	4	3	4	3	14
22	4	4	2	4	14	4	4	4	4	16
23	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
24	3	4	3	4	14	3	2	3	4	12
25	4	3	3	3	13	3	3	3	4	13
26	4	4	4	3	15	4	3	4	3	14
27	3	3	3	3	12	2	3	2	3	10
28	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
29	3	4	3	4	14	3	3	3	3	12
30	4	4	4	3	15	4	3	4	4	15
31	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
33	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
34	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
35	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16

37	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4
38	3	3	4	4	14	3	3	3	4	13
39	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
40	3	4	1	3	11	2	4	1	4	11
41	4	3	3	3	13	3	3	3	4	13
42	4	3	3	4	14	3	2	4	1	10
43	4	4	4	3	15	4	3	4	4	15
44	2	4	4	3	13	3	3	3	3	12
45	4	4	3	3	14	3	3	3	3	12
46	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
47	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
48	3	4	3	4	14	3	3	3	3	12
49	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14
50	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12
51	3	3	3	4	13	3	4	3	3	13
52	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
53	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
54	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
55	4	4	3	4	15	3	3	4	3	13
56	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
57	4	4	3	4	15	2	2	3	4	11
58	4	3	4	3	14	4	3	4	3	14
59	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
60	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
61	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16
62	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
63	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
64	4	4	4	2	14	3	3	4	4	14
65	3	4	3	4	14	4	3	4	3	14
66	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
67	4	4	3	3	14	3	3	4	3	13
68	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
69	4	3	3	4	14	4	3	2	3	12
70	4	4	4	3	15	4	4	3	4	15
71	3	3	3	3	12	3	4	3	3	13
72	3	3	3	4	13	4	3	4	3	14
73	4	4	3	3	14	3	3	3	3	12
74	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
75	3	2	2	3	10	3	2	3	2	10
76	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
77	3	3	3	4	13	3	4	3	3	13
78	3	3	3	4	13	4	3	3	3	13
79	4	3	4	4	15	3	4	3	4	14
80	3	3	3	4	13	3	3	4	4	14

81	4	3	3	3	13	3	3	4	4	14
82	4	3	4	3	14	4	3	4	3	14
83	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
84	3	3	3	4	13	3	3	4	3	13
85	4	3	3	4	14	3	3	4	3	13
86	4	3	4	2	13	4	3	3	2	12
87	4	3	4	4	15	4	3	4	2	13
88	4	4	3	4	15	4	4	3	3	14
89	2	3	3	3	11	1	3	3	3	10
90	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
91	3	4	3	4	14	3	4	3	4	14
92	4	3	3	4	14	3	3	4	4	14
93	4	3	4	3	14	4	3	4	3	14
94	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
95	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
96	4	3	3	4	14	4	3	4	3	14
97	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
98	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
99	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
100	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16

## 2.Minat (Y)

No	Minat (Y)				Total Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	2	3	2	3	10
2	4	2	4	4	14
3	4	4	4	3	15
4	3	3	3	3	12
5	4	3	3	3	13
6	3	3	3	3	12
7	4	4	4	4	16
8	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	16
10	4	4	4	4	16
11	4	4	4	4	16
12	4	4	4	4	16
13	3	3	3	3	12
14	3	3	4	4	14
15	4	3	4	3	14
16	4	3	3	4	14
17	3	4	4	3	14
18	4	4	4	4	16

19	4	4	4	4	16
20	4	4	4	4	16
21	3	3	3	3	12
22	4	4	4	4	16
23	4	3	4	4	15
24	3	2	4	4	13
25	3	2	3	3	11
26	4	3	4	4	15
27	2	4	3	2	11
28	4	4	4	4	16
29	3	3	3	3	12
30	4	3	3	4	14
31	3	3	3	3	12
32	4	4	4	4	16
33	4	3	4	4	15
34	4	4	4	4	16
35	4	4	4	4	16
36	4	4	4	3	15
37	1	1	1	1	4
38	4	3	3	3	13
39	3	3	3	3	12
40	3	4	4	3	14
41	3	4	3	3	13
42	2	2	4	4	12
43	3	3	4	3	13
44	3	3	3	3	12
45	3	3	4	3	13
46	3	3	3	3	12
47	4	4	4	4	16
48	3	4	3	4	14
49	4	3	4	4	15
50	3	3	3	3	12
51	3	4	3	3	13
52	4	4	4	4	16
53	4	4	4	4	16
54	3	3	3	3	12
55	3	3	4	4	14
56	4	3	4	4	15
57	4	3	4	3	14
58	4	3	4	3	14
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	4	16
61	4	3	4	4	15
62	4	4	4	4	16

63	4	4	4	4	16
64	3	3	3	3	12
65	4	3	4	3	14
66	4	4	4	4	16
67	3	3	3	4	13
68	4	3	4	4	15
69	4	4	2	4	14
70	3	4	3	3	13
71	3	4	3	3	13
72	4	3	3	3	13
73	3	3	3	3	12
74	4	4	4	4	16
75	3	3	4	4	14
76	4	4	4	4	16
77	3	3	4	3	13
78	3	3	3	3	12
79	3	4	3	4	14
80	4	3	3	3	13
81	3	3	3	4	13
82	4	3	4	4	15
83	4	4	4	4	16
84	3	3	4	4	14
85	4	4	4	4	16
86	3	3	2	4	12
87	4	3	3	3	13
88	4	4	3	3	14
89	3	2	2	2	9
90	4	4	4	4	16
91	3	4	3	4	14
92	3	4	4	4	15
93	4	3	4	4	15
94	3	3	3	3	12
95	4	4	4	4	16
96	4	3	3	3	13
97	4	4	4	4	16
98	4	4	4	4	16
99	4	4	4	4	16
100	4	4	4	4	16

### Lampiran 3: Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	54	55
2	Perempuan	46	46
Total		100	100

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	17-24	57	57
2	25-40	29	29
3	41-60	14	14
Total		100	100

### Lampiran 4: Uji Validitas

#### 1. Persepsi Manfaat (X<sub>1</sub>)

Correlations						
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	Persepsi_Manfaat
X1_1	Pearson Correlation	1	.552**	.576**	.326**	.796**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
X1_2	Pearson Correlation	.552**	1	.536**	.422**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1_3	Pearson Correlation	.576**	.536**	1	.285**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.004	.000
	N	100	100	100	100	100
X1_4	Pearson Correlation	.326**	.422**	.285**	1	.663**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.004		.000
	N	100	100	100	100	100
Persepsi_Manfaat	Pearson Correlation	.796**	.812**	.794**	.663**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

## 2. Persepsi Kemudahan (X<sub>2</sub>)

Correlations						
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	Persepsi_Kemudahan
X2_1	Pearson Correlation	1	.586**	.677**	.440**	.838**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2_2	Pearson Correlation	.586**	1	.438**	.655**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2_3	Pearson Correlation	.677**	.438**	1	.415**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2_4	Pearson Correlation	.440**	.655**	.415**	1	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Persepsi_Kemudahan	Pearson Correlation	.838**	.827**	.784**	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

## 3. Minat (Y)

Correlations						
		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Minat_Menggunakan
Y_1	Pearson Correlation	1	.463**	.591**	.568**	.820**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y_2	Pearson Correlation	.463**	1	.416**	.439**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y_3	Pearson Correlation	.591**	.416**	1	.621**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100

Y_4	Pearson Correlation	.568**	.439**	.621**	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Minat_Menggunakan	Pearson Correlation	.820**	.732**	.824**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

## Lampiran 5: Uji Reliabilitas

### 1. Persepsi Manfaat (X<sub>1</sub>)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.804	5

### 2. Persepsi Kemudahan (X<sub>2</sub>)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.817	5

### 3. Minat (Y)

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

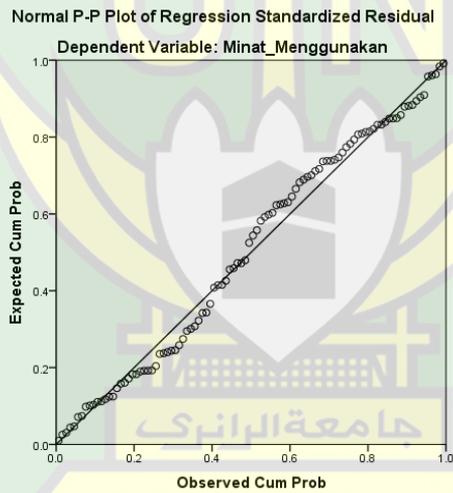
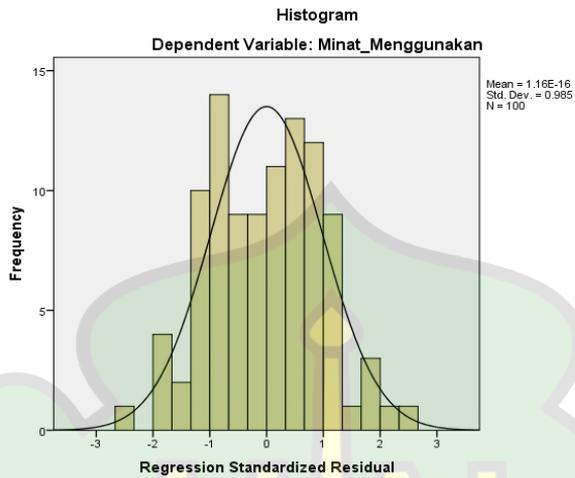
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.815	5

## Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.15516499
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.065
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

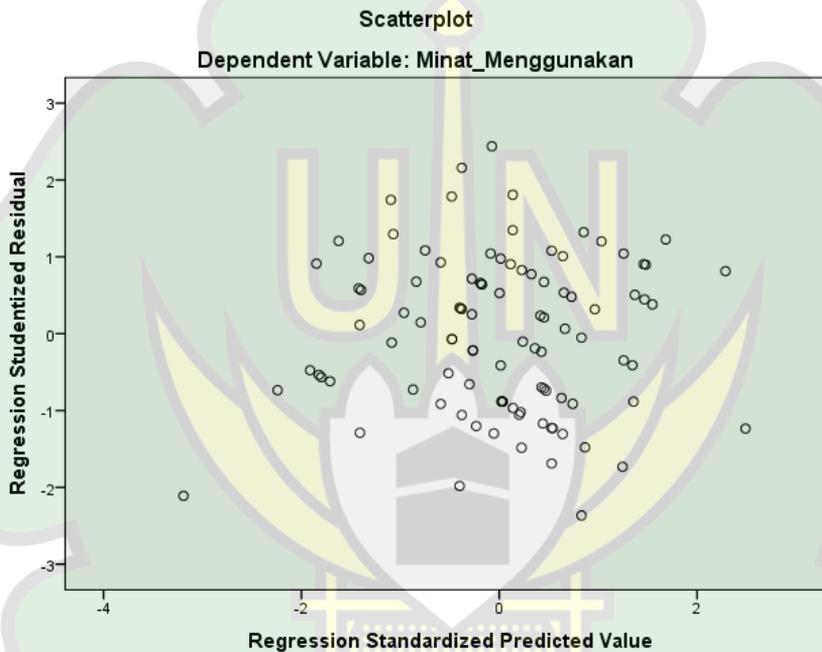


## 2. Uji Multikolinieritas

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>		
	Collinearity Statistics	
	Toleranc	
Model	e	VIF

1	(Constant)		
	Persepsi_Manfaat	.319	3.132
	Persepsi_Kemudahan	.319	3.132
a. Dependent Variable: Minat_Menggunakan			

### 3. Uji Heteroskedasitas



### Lampiran 7: Regresi Linear Berganda

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.621	.900		1.801	.075
	Persepsi_Manfaat	.453	.110	.420	4.120	.000
	Persepsi_Kemudahan	.418	.096	.443	4.345	.000
a. Dependent Variable: Minat_Menggunakan						

### Lampiran 8: Uji Parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.621	.900		1.801	.075
	Persepsi_Manfaat	.453	.110	.420	4.120	.000
	Persepsi_Kemudahan	.418	.096	.443	4.345	.000

a. Dependent Variable: Minat\_Menggunakan

### Lampiran 9: Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	259.915	2	129.957	102.424	.000 <sup>b</sup>
	Residual	123.075	97	1.269		
	Total	382.990	99			

a. Dependent Variable: Minat\_Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Persepsi\_Kemudahan, Persepsi\_Manfaat

### Lampiran 10: Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.824 <sup>a</sup>	.679	.672	1.126

a. Predictors: (Constant), Persepsi\_Kemudahan, Persepsi\_Manfaat

b. Dependent Variable: Minat\_Menggunakan

## BIODATA

1. Nama Lengkap : M. Fadzil Aldifari
2. NIM : 17060322
3. Tempat/Tanggal Lahir : Kuta Tuha, 08 Juni 1999
4. Jenis Kelamin : Laki-Laki
5. Status : Belum Kawin
6. Alamat : Kuta Tuha, Blangpidie
7. No. HP : 0853-1452-4619
8. Email: [fadzil.aldifari@gmail.com](mailto:fadzil.aldifari@gmail.com)
9. Orangtua/Wali
  - a. Ayah : Supriadi
  - b. Pekerjaan : Petani
  - c. Ibu : Eifar
  - d. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
  - e. Alamat Orang Tua : Kuta Tuha, Blangpidie
10. Riwayat Pendidikan
  - a. SD/MIN : MIN Blangpidie
  - b. SLTP/MTs : SMP N 2 Blangpidie
  - c. SMA/MA : SMAN 1 Aceh Barat Daya
  - d. Perguruan Tinggi : Jurusan Perbankan Syariah,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry, tahun  
Masuk 2017

Hormat saya,



M. Fadzil Aldifari  
Nim 170603228