

SKRIPSI

PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGUNAKAN LAYANAN *MOBILE BANKING* (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Darussalam)



Disusun Oleh:

**DUWI PURNOMO
NIM. 170603204**

**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 : Duwi Purnomo
NIM : 170603204
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, 6 Januari 2022

Yang Menyatakan.



Duwi
Duwi Purnomo

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Darussalam)

Disusun Oleh:

Duwi Purnomo
NIM. 170603204

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

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec.M.Ec,M.Sc
NIP: 1972090720000031001

Rachmi Meutia M.Sc
NIP: 198803192019032013

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,


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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Darussalam)

Duwi Purnomo
NIM. 170603204

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

Pada Hari/Tanggal: Rabu, 6 Januari 2022 M
4 Jumadil Akhir 1443 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,


Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec.M.Ec.M.Sc
NIP: 1972090720000031001

Sekretaris


Raehmi Meutia M.Sc
NIP: 198803192019032013

Penguji I,


Eliana SE, M.Si
NIDN:1310047601

Penguji II,


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

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


Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 196403141992031003



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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Duwi Purnomo
NIM : 170603204
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : 170603204@student.ar-raniry.ac.id

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

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi ☐

yang berjudul:

Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Darussalam) Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 15 Desember 2021

Mengetahui,
Pembimbing I

Penulis

Duwi Purnomo
NIM. 170603204

Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec.M.Ec.M.Sc
NIP: 1972090720000031001

Pembimbing II

Rachmi Meutia M.Sc
NIP: 198803192019032013

MOTTO DAN PERSEMBAHAN



“Jika Kamu Tak Dapat Melakukan Hal Yang Besar, Maka Lakukan Dari Hal Yang Kecil Namun Dengan Cara Yang Hebat” – Napoleon Hill

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, Ayah tersayang yang selalu mendukung dan membanggakan saya dalam keadaan hal apapun dan Mama yang selalu mendoakan saya tiada hentinya agar dimudahkan dalam segala urusan yang saya jalani dan selalu menjadi tempat ternyaman untuk mengeluarkan segala keluh kesah, serta adik dan teman-teman seperjuangan tercinta yang selalu menyemangati dalam keadaan apapun. Juga untuk keluarha besar tercinta dan orang-orang yang saya sayangi.



KATA PENGANTAR



Pujidan syukur kepada Allah SWT.,atas berkat dan rahmat serta hidayah-Nya,sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul "*Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Darussalam)*". 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 beriring salam tidak lupa kita sanjung sajikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad saw. Dimana beliau telah membawa kita dari alam jahiliyah menuju alam yang penuh kemuliaan seperti yang sedang kita rasakan saat ini. Dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada 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. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. 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. Muhammad Arifin, Ph.D selaku ketua Laboratorium, serta staf Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec. M.Ec, M.Sc selaku pembimbing I dan Rachmi Meutia M.Sc selaku pembimbing II yang telah membantu memberikan pengarahan dalam penulisan skripsi i ni.
5. Eliana, SE, M.Si dan Ismuadi, S.E.,S.Pd.I., M.Si selaku penguji yang telah mempermudah jalan sidang dan memberikan arahan dalam penulisan skripsi ini.
6. Teristimewa untuk Ibunda dan Ayahanda yang telah membesarkan dan memberikan kasih sayang, semangat dan dukungan doa yang tak henti-hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini, serta.
7. Terimakasih teman-teman jurusan Perbankan Syariah seangkatan beserta sahabat-sahabat yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi serta terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu. Semoga doa beserta segala bantuan yang diberikan menjadi amalan baik dan mendapat pahala yang setimpal.

Penulis menyadari tulisan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat, dan kepada Allah juga kita berserah diri. Amin.

Banda Aceh, 20 Juli 2021

Penulis,

Duwi Purnomo



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

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

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Š	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ž	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	Š	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

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

b. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara hakikat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

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

Contoh:

Kaifa : كَيْفَ

Haula : هَوَلَ

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
أَ/إِ	<i>Fathah dan ya</i>	Ā
يَ	<i>Fathah dan wau</i>	Ī
يُ	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

qala: قَالَ

rama: رَمَى

qila: قِيلَ

yaqulu: يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Trasliterasi untuk ta marbutoh 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 atas mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

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

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

Contoh:

raudah al-atfal/raudatul atfal : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
al-madinah al-munawwarah/ : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
al-madinatul munawwarah
talhah : طَلْحَةُ

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi. Seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr, Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauif, bukan Tasawuf

ABSTRAK

Nama : Duwi Purnomo
NIM : 170603204
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Pada BSI Kantor Cabang Darussalam)
Pembimbing I : Dr. Israk Ahmadsyah, B. Ec.,M. Ec.,M.Sc
Pembimbing II : Rachmi Meutia M. Sc

Manfaat, kemudahan dan kepercayaan akan membawakan suatu ketertarikan nasabah dalam pengambilan keputusan yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi pengguna layanan *mobile banking* dengan serangkaian keunggulan yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan meneliti bagaimana pengaruh manfaat, kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Metodologi yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan regresi linear berganda. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa secara parsial, variabel kemudahan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* BSI. Sedangkan variabel manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* BSI secara parsial. Sedangkan secara simultan variabel dari kemudahan, manfaat dan kepercayaan berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel minat.

Kata Kunci : Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, Minat, *Mobile Banking*, Bank Syariah Indonesia

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
 BAB II LANDASAN TEORI	 14
2.1 Perbankan Syariah	14
2.1.1 Pengertian Bank Syariah	14
2.2 Technology Acceptance Model (TAM)	18
2.2.1 Pengertian Technology Acceptance Model (TAM)	18
2.3 Mobile Banking	21
2.4 Minat penggunaan <i>m-banking</i>	23
2.5 Manfaat	25
2.5.1 Hubungan Persepsi Manfaat Terhadap Penggunaan Mobile Banking	26
2.6 Kemudahan	27
2.6.1 . Hubungan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking	28
2.7 Kepercayaan	29
2.7.1 Hubungan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking	30
2.8 Hasil Penelitian Terkait	31
2.9 Kerangka Berfikir	37
2.10 Pengembangan Hipotesis	39

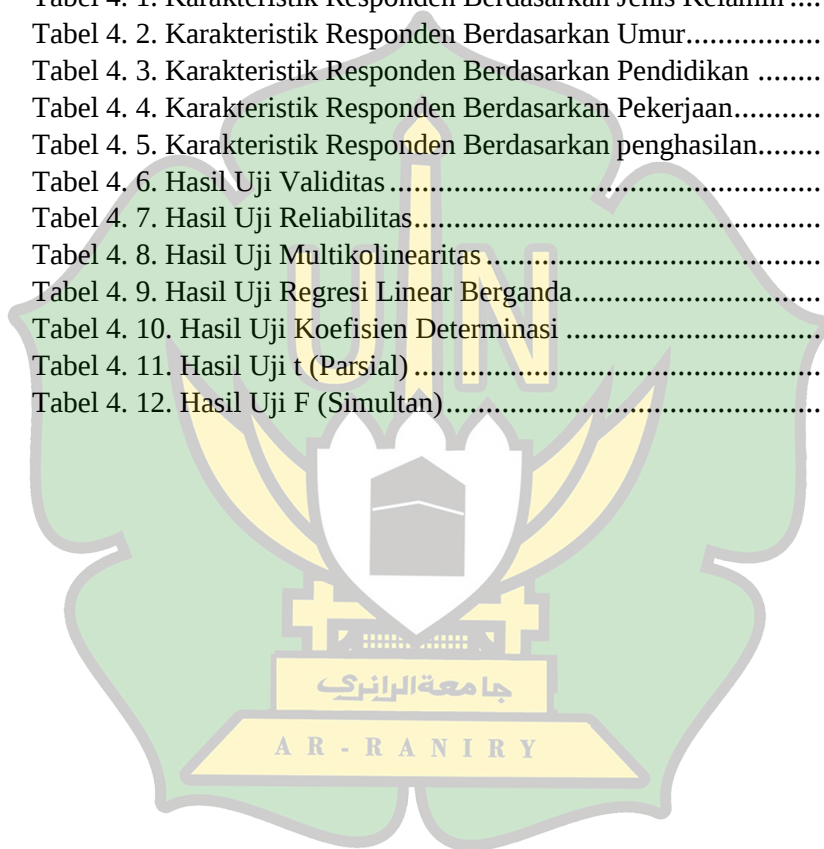
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian	42
3.2 Populasi dan Sampel.....	42
3.2.1 Populasi	42
3.2.2 Sampel	43
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.3.1 Sumber Data.....	44
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
3.4.1 Uji Validitas	46
3.4.2 Uji Reliabilitas	47
3.5 Definisi dan Operasional Variabel	47
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	49
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.6.2 Regresi Linear Berganda.....	52
3.6.3 Koefisien Determinasi.....	53
3.7 Pengujian Hipotesis	54
BAB IV PEMBAHASAN.....	56
4.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia	56
4.1.1 Sejarah Singkat.....	56
4.1.2 Visi dan Misi	57
4.2 Hasil Analisis Data.....	57
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	58
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	61
4.2.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	62
4.2.7 Uji Asumsi Klasik	64
4.2.8 Regresi Linear Berganda	68
4.2.9 Koefisien Determinasi.....	70
4.2.10 Pengujian Hipotesis.....	71
4.3 Pembahasan	74
4.3.1 Pengaruh Manfaat Terhadap Penggunaan BSI <i>Mobile Banking</i>	74
4.3.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan BSI <i>Mobile Banking</i>	75

4.3.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan BSI <i>Mobile Banking</i>	76
4.3.4 Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan BSI <i>Mobile Banking</i>	78
BAB V PENUTUP	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terkait	35
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	33
Tabel 3. 2 Tingkat Pengaruh Variabel.....	37
Tabel 4. 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	58
Tabel 4. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	59
Tabel 4. 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 4. 5. Karakteristik Responden Berdasarkan penghasilan.....	61
Tabel 4. 6. Hasil Uji Validitas	62
Tabel 4. 7. Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4. 8. Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4. 9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	69
Tabel 4. 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi	71
Tabel 4. 11. Hasil Uji t (Parsial)	72
Tabel 4. 12. Hasil Uji F (Simultan).....	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Rincian Penggunaan dari Pengguna Aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i> di <i>Play Store</i>	3
Gambar 2. 1 Alur Kerja Bank Syariah	11
Gambar 2. 2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	14
Gambar 2. 3 Kerangka Berfikir	39
Gambar 4. 1. Hasil Uji Normalitas	65
Gambar 4. 2. Hasil Uji Multikolinearitas	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisioner Penelitian.....	86
Lampiran 2: Jawaban Responden.....	91
Lampiran 3: Karakteristik Responden.....	104
Lampiran 4: Hasil Uji Validitas.....	106
Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas.....	107
Lampiran 6: Hasil Uji Asumsi Klasik	108
Lampiran 7: Hasil Uji Regresi Linear Berganda	109
Lampiran 8: Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	109
Lampiran 9: Hasil Uji Hipotesis.....	110



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada kehidupan generasi millennial saat ini, penggunaan teknologi informasi dengan mobilitas yang tinggi merupakan aspek kehidupan manusia. Seiring perkembangan teknologi yang begitu cepat membuat segala hal menjadi lebih mudah dan efisien. Dengan didukung adanya teknologi internet yang memberikan banyak manfaat juga kemudahan di semua bidang.

Industri keuangan dan perbankan pun harus menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi yang ada. Banyak bank yang sudah mulai mengembangkan fitur-fitur perbankan digital yang menyebabkan terbukanya pasar baru, produk baru, layanan baru dan saluran pengiriman yang efisien bagi industri perbankan. Dengan temuan-temuan teknologi tersebut diharapkan dapat mempermudah dan memberikan kenyamanan bagi pengguna dalam mengakses layanan perbankan.

Perubahan dunia perbankan menjadi digital dapat meningkatkan efisiensi proses kerja dan juga meningkatkan kualitas layanan nasabah. Nasabah millennial menginginkan pelayanan yang sifatnya praktis dan *simple*. Menurut Kotler dan Keller dalam (Afifah, 2017), teknologi mengubah aturan permainan bagi layanan dengan cara yang mendasar. Dengan mengubah dunia perbankan menjadi bank *online* dan via aplikasi *mobile*.

Menurut Tampubolon (2009), *Electronic banking* merupakan salah satu jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet. Layanan *electronic banking* atau yang lebih dikenal sebagai *e-banking* merupakan alternatif media untuk melakukan transaksi perbankan, selain di kantor bank sendiri dan automated teller machine (ATM). Cara menikmati fasilitas *e-banking* pun tidaklah sulit. Bagi nasabah yang memiliki rekening tabungan atau giro biasanya dapat mengajukan layanan *e-banking*, yang meliputi internet banking, mobile banking, phonebanking atau sms banking (Bank Sinarmas, 2021)

Mobile banking merupakan salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *Mobile banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi mutakhir, layanan ini berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan.

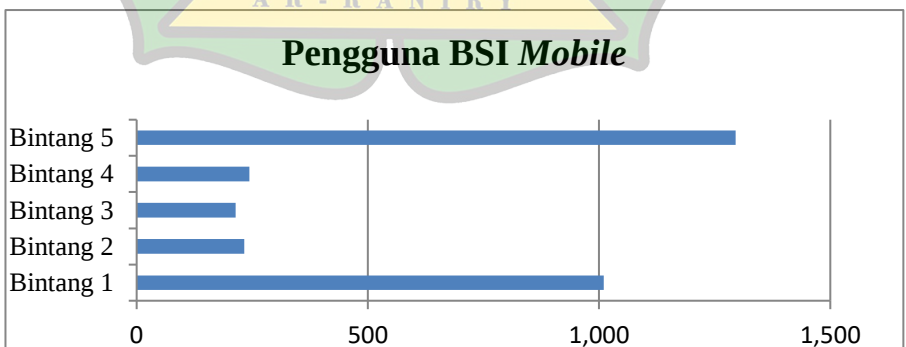
Salah satu bank yang telah menerapkan layanan *m-banking* yaitu Bank Syariah Indonesia atau dikenal juga BSI. BSI merupakan penggabungan antara tiga bank syariah milik BUMN, yakni PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah, PT. Bank Syariah Mandiri dan PT. Bank Negara Indonesia Syariah yang telah resmi beroperasi

melayani nasabah mulai 1 Februari 2021 (BSI, 2021). Dimana platform digital yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia adalah milik Bank Syariah Mandiri terdahulu termasuk *mobile banking* yang telah ditambahi oleh fitur-fitur baru untuk menunjang kemudahan nasabah.

Hal semacam ini berdampak bagi pengguna baru *m-banking* Bank Syariah Indonesia yang bukan merupakan *ex-nasabah* Bank Syariah Mandiri dan belum terbiasa menggunakan aplikasi tersebut. *Ex-nasabah* Bank Rakyat Indonesia Syariah dan *ex-nasabah* Bank Negara Indonesia Syariah yang belum terbiasa mengaplikasikan *m-banking* Bank Syariah Indonesia ini bisa disebabkan karena berbedanya fitur, layanan, juga sistem yang ditampilkan dan disuguhkan.

Per tanggal 25 Maret 2021 pukul 15.15 WIB, jumlah pengunduh aplikasi *mobile banking* BSI pada *play store* lebih dari 1 juta unduhan dengan rata-rata penilaian 4.0 dari 5.0 bintang, dengan rincian sebagai berikut:

Gambar 1. 1
Penggunaan dari Pengguna Aplikasi BSI Mobile Banking
di Play Store



Sumber: Data diolah, 2021

Dari sumber data tersebut, review terbaik mengatakan bahwa aplikasi tersebut terkendali dengan baik sistemnya, menu aplikasi yang makin beragam juga membuat nasabah semakin tertarik. Tapi tidak dipungkiri juga ada keluhan sebagian besar pengguna BSI *mobile* yaitu aplikasi tertutup secara paksa saat sedang melakukan transaksi, serta *update* aplikasi android 6.0 yang sebagian tidak didukung diperangkat nasabah, juga transaksi top-up saldo *e-commerce* yang masih terkendala. Hal ini membuat sebagian nasabah kecewa karena setelah beralih ke BSI *mobile banking* tidak mendapatkan fasilitas yang lebih baik seperti BSM *mobile banking* berikan.

Salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi dalam sistem *mobile banking* adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). Davis dalam (Hapsara, 2015) mengembangkan model TAM yang memperkenalkan dua variabel kunci yaitu *perceive usefulness* dan *perceived ease of use* yang memiliki relevansi untuk memprediksi sikap penerimaan pengguna terhadap teknologi.

Seperti dalam teori TAM yang telah dijelaskan sebelumnya menjelaskan bahwa adopsi pengguna dari sistem informasi baru ditentukan oleh keinginan pengguna untuk menggunakan sistem, yang pada gilirannya ditentukan oleh keyakinan pengguna tentang sistem. TAM lebih lanjut menunjukkan dua keyakinan yaitu *perceived of usefulness* (persepsi kebermanfaatan) dan *perceived*

ease of use (persepsi kemudahan penggunaan) merupakan instrumental dalam menjelaskan varian dalam niat pengguna. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya (Arumi dan Yanto, 2019).

Persepsi manfaat atau kegunaan didalam teori TAM, menurut Jogianto (2008) mendeskripsikan kegunaan persepsian *perceived of usefulness* sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja. Menurut penelitian Ledesman (2018) hal ini dikarenakan semakin besar manfaat suatu teknologi, maka semakin besar pula minat seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut, termasuk juga teknologi *mobile banking*. Manfaat yang dihasilkan dari layanan *mobile banking* yang begitu besar untuk nasabah melakukan transaksi perbankan dimana layanan *mobile banking* dapat mempersingkat waktu nasabah melakukan transaksi sehingga manfaat *mobile banking* dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan layanan tersebut dan manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* tersebut, sehingga dengan manfaat yang dihasilkan oleh *mobile banking* dapat mempengaruhi minat dari minat yang diberikan oleh penggunanya.

Persepsi kemudahan didalam teori TAM, menurut Jogianto (2008) *perceived ease of use* didefinisikan sebagai sejauh mana

seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Menurut penelitian Ledesman (2018) hal ini dikarenakan semakin besar kemudahan penggunaan suatu teknologi, maka semakin besar pula minat seseorang untuk menggunakannya. Kemudahan penggunaan transaksi dalam layanan *mobile banking* dapat memudahkan nasabah bertransaksi perbankan seperti melakukan transfer sesama bank ataupun transfer ke bank lain, dimana transaksi *mobile banking* dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun dan dapat mempermudah nasabah yang memiliki kesibukan, dengan layanan *mobile banking* nasabah dapat melakukan transaksi kapan pun sehingga nasabah tidak perlu datang ke bank untuk melakukan transaksi perbankan, kemudahan yang telah diberikan akan menjadi faktor penentu dalam mempengaruhi minat, apabila kemudahan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi konsumen maka minat akan timbul, begitu juga sebaliknya apabila kemudahan yang diberikan tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen maka minat tidak akan muncul.

Kepercayaan juga menjadi hal yang mampu mempengaruhi minat. Menurut Das dan Teng dalam (Hapsara, 2015) menyebutkan bahwa kepercayaan sebagai derajat di mana seseorang yang percaya menaruh sikap positif terhadap keinginan baik dan keandalan orang lain yang dipercayanya di dalam situasi berubah ubah dan berisiko. Seiringnya maraknya kejahatan internet seperti pembobolan akun, faktor kepercayaan menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan *mobile banking* sebagai transaksi perbankan. Konsep

kepercayaan ini berarti bahwa nasabah percaya terhadap kehandalan pihak bank dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan akun nasabah (Amanullah, 2014).

Sehingga faktor manfaat, kemudahan dan kepercayaan menjadi faktor yang mampu mempengaruhi dalam penggunaan sebuah produk atau teknologi. Apabila manfaat dari teknologi tersebut berguna bagi penggunanya maka akan dapat memunculkan minat dalam penggunaan. Begitu juga halnya dengan kemudahan yang didapatkan oleh pengguna dari teknologi apabila terdapat kemudahan dalam penggunaan teknologi maka akan mampu memunculkan minat. Kepercayaan menjadi faktor kunci dalam mempengaruhi munculnya minat, apabila kepercayaan seseorang sudah ada pada teknologi tersebut maka akan sangat besar peluang dalam memunculkan minat nasabah (Hapsara, 2015).

Sehingga hal tersebut akan menjadi faktor penentu dalam memunculkan minat. Maka dengan adanya manfaat, kemudahan dan kepercayaan yang ada pada pengguna *mobile banking* BSI Darussalam maka akan meningkatkan peluang lebih besar untuk mampu meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Penelitian oleh (Romadhoniayah & Prayitno, 2018) dengan judul Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *E-money* Pada Bank BRI Lamongan menunjukkan hasil bahwa variabel berpengaruh secara signifikan

terhadap minat menggunakan produk *e-money card*, juga pada variabel kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan produk *e-money card*, lalu diikuti oleh variabel kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan produk *e-money card*.

Penelitian mengenai Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan Internet Banking (Studi Komparasi Pada Nasabah Pengguna *Internet Banking* Bank Mandiri Semarang Berdasarkan Tingkat Pendapatan) oleh Rusfianto, widiartanto, dan Prabawani (2016) menunjukkan hasil variabel persepsi manfaat mempunyai pengaruh positif terhadap sikap penggunaan *internet banking*, juga pada variabel kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif terhadap sikap penggunaan *internet banking*, kemudian diikuti oleh variabel kepercayaan terhadap *internet banking* mandiri juga baik, namun ada beberapa responden yang kurang percaya dengan sistem keamanan *internet banking* mandiri karena memiliki pengalaman buruk dengan akun rekening yang digunakan oleh pihak tidak bertanggung jawab.

Penelitian selanjutnya mengenai Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan telah dilakukan oleh Amanullah (2014) yang berjudul Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking (Survey Pada Nasabah Bank Bca Semarang), hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel

persepsi manfaat memiliki pengaruh paling besar terhadap sikap positif penggunaan layanan *mobile banking*, kemudian diikuti oleh variabel kemudahan penggunaan, lalu diikuti oleh variabel kepercayaan yang memiliki pengaruh paling rendah.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas maka peneliti ingin meneliti seberapa besar pengaruh manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*, karena manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan akan membawakan suatu ketertarikan nasabah dalam pengambilan keputusan yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi pengguna layanan (*mobile banking*) dengan serangkaian keunggulan yang ditawarkan. Alasan BSI dijadikan sebagai objek penelitian karena BSI merupakan Bank syariah yang mempunyai aplikasi *mobile banking* terbaik menurut total rating 4.4 dengan review sebanyak 33.688 berdasarkan rate bintang 5 dan total unduhan sebesar 1 Milyar lebih berdasarkan data “Google Play”. BSI yang diteliti di Kantor Cabang Pembantu Darussalam karena dekat dengan kampus dan juga rumah peneliti sehingga mempermudah akses peneliti. Oleh karena itu, peneliti tertarik mengkaji lebih dalam tentang **“Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Pada BSI Kantor Cabang Darussalam)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka masalah pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*?
4. Apakah manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh manfaat terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*
2. Untuk menguji pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*
3. Untuk menguji pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*
4. Untuk menguji secara simultan pengaruh manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan secara simultan

berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*

1.4 Manfaat penelitian

Berikut adalah manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

1. Menambah ilmu pengetahuan serta menambah wawasan bagi peneliti tentang pengaruh manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*
2. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada setiap pembaca dan menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya

b. Manfaat Praktis

1. Dapat dijadikan masukan dalam menerapkan strategi yang tepat dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas penggunaan *Mobile Banking*

c. Manfaat Kebijakan

1. Sebagai salah satu pertimbangan bagi regulator untuk memperbaiki peraturan tentang penyelenggaraan pelayanan perbankan digital

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penelitian ini, peneliti menyajikan sistematika penulisan yang terdiri dari tiga bab dimana setiap bab terdiri dari sub bab yang ada, yaitu:

Bab satu pendahuluan, bab ini menyajikan tentang pendahuluan sebagai pengantar awal skripsi secara keseluruhan. Bab ini terdiri dari lima sub bab, yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab dua landasan teori, bab ini berisi tentang teori-teori yang bersangkutan dalam pelaksanaan penelitian ini. Bab ini juga menguraikan hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Kemudian dilanjutkan dengan pembahasan kerangka berfikir agar mempermudah peneliti untuk melanjutkan penelitian dan selanjutnya pengembangan hipotesis.

Bab tiga metodologi penelitian, bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpuln data yang terbagi atas instrumen pengumpulan data dan metode pengambilan sampel, kemudian skala pengukuran, operasional variabel, metode analisis data yang terbagi atas uji validitas dan uji reliabilitas, dilanjutkan dengan uji hipotesis yang terbagi atas uji F (simultan) dan uji t (parsial), kemudian ada koefisien determinasi dan koefisien korelasi.

Bab empat hasil penelitian dan pembahasan, bab ini berisi tentang deskripsi dan analisis data. Deskripsi terdiri dari penyebaran kuisioner, karakteristik responden, dan perpindahan konsumen, pengetahuan, religiusitas, dan aksesibilitas. Dan metode penelitian yang terdiri dari pengujian pertama yaitu uji validitas dan realibilitas kuisioner, yang kedua ialah uji asumsi klasik, lalu yang ketiga ialah

uji regresi linear berganda, kemudian yang keempat ada uji hipotesis, lalu uji yang kelima ialah uji koefisien determinasi, dan yang keenam adalah uji koefisien korelasi.

Bab lima penutup, bab ini memaparkan kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang berkenaan dengan penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Perbankan Syariah

2.1.1 Pengertian Bank Syariah

Bank adalah salah satu bentuk kegiatan muamalah manusia yang merupakan suatu lembaga yang bergerak dalam bidang keuangan. Pada dasarnya bank adalah lembaga perantara dan penyaluran dana antara pihak yang berlebihan dengan pihak yang kekurangan. Dalam perekonomian modern, bank telah menunjukkan peranan yang penting dan berhasil dengan baik dalam penyaluran dana masyarakat (Damastuti, 2010).

Menurut UU No. 7 tahun 1992 yang direvisi dengan UU Perbankan No. 10 Tahun 1998 mendefinisikan bank syariah adalah : lembaga keuangan yang pengoperasiannya dengan sistem bagi hasil. Dalam UU No.21 tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah mengemukakan pengertian perbankan syariah dan pengertian bank syariah. Perbankan Syariah yaitu segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, mencakup kegiatan usaha, serta tata cara dan proses di dalam melaksanakan kegiatan usahanya (Najib, 2017).

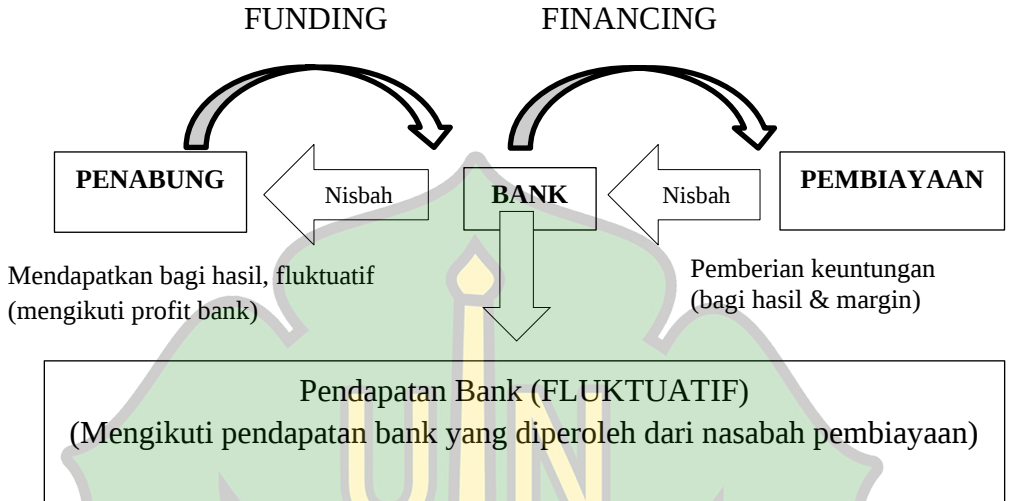
Didirikannya perbankan dengan sistem bagi hasil didasarkan pada dua alasan utama, yaitu: (1) adanya pandangan bahwa bunga (*interest*) pada bank konvensional hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang dilarang dalam agama Islam, (2) dari aspek ekonomi, penyerahan risiko usaha terhadap

salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan (Ryan dalam Damastuti, 2010)

Di dalam menjalankan operasinya, fungsi bank syariah terdiri:

1. Sebagai penerima amanah untuk melakukan investasi atas dana-dana yang dipercayakan oleh pemegang rekening investasi/deposan atas dasar prinsip bagi hasil sesuai dengan kebijakan investasi bank.
2. Sebagai pengelola investasi atas dana yang dimiliki oleh pemilik dana/*shahibul maal* sesuai dengan arahan investasi yang dikehendaki oleh pemilik dana (dalam hal ini bank bertindak sebagai manajer investasi).
3. Sebagai penyedia jasa lalu lintas pembayaran dan jasa-jasa lainnya sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
4. Sebagai pengelola fungsi sosial seperti pengelolaan dana zakat dan penerimaan serta penyaluran dana kebajikan (fungsi optimal) (Damastuti, 2010).

Gambar 2. 1
Alur Kerja Bank Syariah



Sumber: Laksmana (2009)

2.1.1. Perkembangan Produk Dan Jasa Bank Syariah

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dari tahun ke tahun mendukung keberhasilan sebuah organisasi dalam persaingan bisnis. Semakin mudah dan cepatnya mendapatkan informasi dengan menggunakan teknologi berdampak pada peningkatan interaksi antar individu untuk mendapat informasi yang dibutuhkan. Hal ini memberikan pengaruh terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, baik dalam kegiatan ekonomi maupun sosial masyarakat termasuk kegiatan transaksi keuangan baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu yang mengikuti perkembangan teknologi informasi ini adalah perbankan. Perkembangan teknologi ini dilakukan perbankan dengan tujuan

agar organisasinya berjalan dengan baik dan meningkatkan prestasi kerjanya (Kurniawati, Winarmo, & Arif, 2017).

Kebanyakan dari nasabah menginginkan suatu pelayanan yang bersifat sederhana dan praktis. Bank mengembangkan layanan-layanannya tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup. Salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank adalah layanan *online banking*. *Online banking* adalah layanan transaksi perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, tempat usaha atau di lokasi-lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, telepon seluler dan telepon rumah. Bentuk layanan perbankan berbasis *online* adalah *Automatic Teller Machine* (ATM) atau dalam bahasa Indonesia lebih dikenal sebagai anjungan tunai mandiri. Selain ATM, *elektronik banking* atau yang lebih dikenal dengan *e-banking* juga merupakan salah satu jasa *online banking* yang menyesuaikan perkembangan teknologi dengan gaya hidup nasabah masa kini yang lebih mengutamakan kemudahan (Amanullah, 2014).

Elektronik banking merupakan layanan perbankan yang meliputi *Internet Banking*, *mobile banking*, *sms banking* dan *Phone Banking*. Fasilitas yang disediakan perusahaan perbankan melalui benda elektronik misal: handphone, komputer, dan telepon untuk mengganti kebutuhan bertransaksi yang biasanya dilakukan oleh

ATM. Dengan kata lain, nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui handphone ataupun internet seperti transaksi di mesin ATM. *Elektronik banking* membuka paradikma baru, struktur baru dan strategi bagi retail bank, dimana bank menghadapi keremapatan dan tantangan yang baru (Amanullah, 2014).

2.2 Technology Acceptance Model (TAM)

2.2.1 Pengertian Technology Acceptance Model (TAM)

TAM, yang diperkenalkan pertama kali oleh Fred D. Davis pada tahun 1986, adalah adaptasi dari TRA yang dibuat khusus untuk pemodelan penerimaan pengguna terhadap sistem informasi. Menurut Davis dalam (Bhilawa, 2010), tujuan utama TAM adalah untuk memberikan dasar untuk penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna. TAM menganggap bahwa 2 keyakinan individual, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*, disingkat PU) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*, disingkat PEOU), adalah pengaruh utama untuk perilaku penerimaan komputer.

Theory of Reasoned Action (TRA) merupakan teori tindakan beralasan yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen dalam (Bhilawa, 2010). Teori ini merupakan teori perilaku yang paling mendasar dan berpengaruh. TRA menjelaskan bahwa perilaku dilakukan karena individu mempunyai minat atau keinginan untuk melakukannya. Minat perilaku akan menentukan perilakunya. *Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan teori perilaku perencanaan yang dikembangkan oleh Ajzen dalam (Bhilawa, 2010).

TPB ini mengembangkan TRA dengan menambahkan sebuah konstruk yaitu perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) yang dipersepsikan akan mempengaruhi minat dan perilaku.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan perilaku yang pada umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi (Hamzah dalam Afifah, 2017). Sedangkan menurut Jogiyanto (2008) dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem informasi yang akan digunakan oleh pemakai.

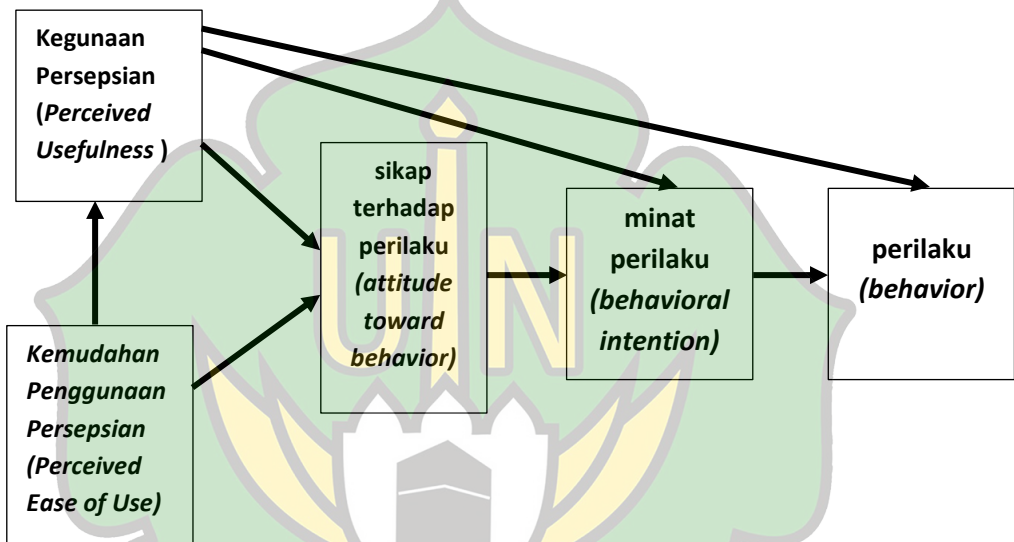
Dari pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model yang khusus dibuat untuk menganalisis, memahami dan menjelaskan perilaku persepsi yang akan mempengaruhi minat dan perilaku pengguna sistem teknologi informasi terhadap sistem teknologi informasi itu sendiri.

2.2.1. Konsep *Technology Acceptance Model* (TAM)

Model TAM dikembangkan oleh Davis berdasarkan model TRA dan sudah diacu oleh beberapa penelitian dengan melakukan modifikasi (Jogiyanto, 2008). TAM dikembangkan dengan mengkhususkan pada bidang sistem informasi untuk memprediksi penerimaan dan penggunaan sistem informasi di pekerjaan individual pemakai. Berbeda dengan TRA, TAM mengeluarkan konstruk sikap untuk membuat model lebih sederhana dan untuk menjelaskan minat (*intention*) dengan lebih baik. Selanjutnya

berkembang TAM dengan modifikasi dengan menambahkan norma subjektif untuk memprediksi minat. Model TAM yang awal adalah sebagai berikut.

Gambar 2. 2
Technology Acceptance Model (TAM)



Sumber: Jogiyanto (2008)

Technology Acceptance Model (TAM) yang pertama yang belum dimodifikasi menggunakan lima konstruk utama. Kelima konstruk ini adalah sebagai berikut (Jogiyanto, 2008):

- 1). Persepsi Manfaat (*perceived usefulness*)
- 2). Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*)
- 3). Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behaviour*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*)

- 4).Minat perilaku (*behavioral intention*) atau minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*)
- 5).Perilaku (*behavioral*) atau penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*)

2.3 Mobile Banking

Menurut Riswandi (2005) pengertian *mobile banking* yaitu sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi *handphone*. Dengan adanya layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, sekarang dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan *handphone* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya, *mobile banking* juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern dan juga bisa lebih memanfaatkan media *handphone* yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga dapat digunakan untuk berbisnis atau bertransaksi.

Fitur-fitur layanan *mobile banking* antara lain layanan informasi (saldo, mutasi 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), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya.

Menurut Wulandari (2017) *mobile banking* secara umum saat ini dapat digolongkan menjadi 3 golongan :

2. *Informational* (bersifat memberi informasi)

Di dalam sistem ini, hanya memuat informasi mengenai produk-produk dan layanan-layanan yang dimiliki oleh suatu bank. Resiko dari sistem ini tergolong cukup rendah, karena sistem ini sama sekali tidak terhubung dengan server utama dan jaringan yang ada di bank, tetapi hanya terhubung dengan server hosting situs. Resiko yang mungkin terjadi ialah pengubahan isi dari situs di internet (atau sering dikenal dengan istilah deface). Hal ini tidak membahayakan keseluruhan sistem dari bank tersebut, tetapi akan dapat mengacaukan informasi yang ada di situs bank yang bersangkutan.

3. *Communicative* (bersifat komunikatif)

Tipe yang kedua ini lebih bersifat interaktif dibandingkan dengan tipe yang pertama. Pada tipe sistem ini, dimungkinkan terjadinya interaksi antara konsumen (nasabah) dengan sistem yang ada di bank. Interaksi itu dapat berupa informasi saldo, laporan transaksi, pengubahan data pribadi nasabah, maupun formulir-formulir keanggotaan layanan dari bank yang bersangkutan. Dilihat dari cara kerjanya, resiko dari sistem ini jelas lebih besar dibandingkan dengan yang pertama. Hal ini dikarenakan adanya hubungan antara nasabah dengan beberapa server di jaringan di bank. Untuk itu diperlukan pengawasan dan penjagaan lebih di

sistem ini, untuk mencegah penyusup maupun program-program yang dapat merusak sistem seperti virus, trojan, dan lain-lain.

4. *Transactional* (dapat melakukan transaksi)

Tipe yang terakhir merupakan tipe yang paling lengkap dibandingkan dengan tipe-tipe yang lain, dan pada umumnya juga memuat sistem pada dua tipe sebelumnya. Pada sistem di tipe yang ketiga ini, nasabah dimungkinkan untuk melakukan transaksi secara langsung. Karena sistem ini memiliki jalur langsung ke server utama dan jaringan yang ada di bank, maka resiko yang dimiliki sistem ini juga cukup besar, paling besar dibandingkan dengan dua tipe sebelumnya. Oleh sebab itu, kontrol yang ketat diperlukan di dalam sistem ini. Transaksi yang dapat dilakukan di sistem ini dapat meliputi akses langsung ke account di bank, seperti informasi saldo ataupun transaksi terakhir, pembayaran tagihan, transfer dana, isi ulang pulsa, dan lain-lain.

2.4 **Minat penggunaan *m-banking***

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia minat merupakan suatu bentuk dari perhatian, kesukaan, kesenangan maupun ketertarikan (kecocokan hati) kepada sesuatu ataupun keinginan terhadap sesuatu. Minat yaitu kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Indikator untuk mengetahui minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*

yaitu keinginan seseorang menggunakan teknologi tersebut dan akan terus menggunakannya untuk masa depan (Harlan, 2014).

Sikap pengguna secara keseluruhan dalam menggunakan teknologi dan informasi merupakan faktor utama yang menentukan apakah seseorang menggunakan sistem tersebut. Sikap merupakan perasaan yang timbul pada seseorang saat melakukan suatu perilaku, bisa berupa perasaan yang positif maupun negatif. Bahwa sikap penggunaan dikonsepskan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai akibat dari bilamana seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya (Amanullah, 2014).

Mobile Banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Layanan *mobile banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada SIM (*Subscriber Identity Module*) Card, USSD (*Unstructured Supplementary Service Data*), atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. *Mobile banking* menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan SMS banking karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS banking (OJK, 2021). Fitur-fitur layanan *mobile banking* antara lain layanan informasi (saldo, mutasi 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), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya.

Untuk merepresentasikan variabel minat penggunaan *m banking* agar dapat mencapai tujuan yang ditentukan, maka dalam penelitian ini menggunakan indikator untuk mengukur variabel tersebut, diadaptasi dari Bhattacharjee dalam (Jogiyanto, 2008) yaitu:

1). Keinginan menggunakan

Para nasabah yang berniat bertransaksi menggunakan *m banking* akan memilih keinginan untuk menggunakan layanan tersebut.

2). Akan tetap menggunakan di masa depan

Apabila para nasabah merasa puas dengan layanan *m banking* tersebut, maka nasabah akan memiliki keinginan untuk menggunakannya kembali di masa yang akan datang.

2.5 Manfaat

Menurut Jogiyanto (2008) persepsi manfaat didefinisikan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Sedangkan menurut Davis dalam (Afifah, 2017), mengatakan bahwa persepsi manfaat didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Manfaat yaitu tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila

menggunakan teknologi informasi. Persepsi terhadap manfaat adalah yang diyakini individu dapat diperolehnya apabila menggunakan teknologi informasi. Beberapa indikator kemanfaatan penggunaan teknologi informasi yang meliputi yaitu sebagai berikut:

- 1). ***Makes job easier*** (menjadi lebih mudah), transaksi perbankan menjadi lebih mudah.
- 2). ***Increase productivity*** (menambah produktifitas), dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja pengguna.
- 3). ***Enhance effectiveness*** (mempertinggi efektifitas), dapat mempercepat waktu pengguna dalam penelusuran.
- 4). ***Work more quickly*** (bekerja lebih cepat),
- 5). ***Job performance*** (kinerja), teknologi mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya.
- 6). ***Useful*** (bermanfaat)

2.5.1 Hubungan Persepsi Manfaat Terhadap Penggunaan Mobile Banking

Berdasarkan beberapa definisi dan telaah literatur di atas dapat disimpulkan bahwa kemanfaatan penggunaan teknologi informasi dapat dari kepercayaan pengguna teknologi informasi dalam memutuskan penerimaan teknologi informasi, dengan satu kepercayaan bahwa penggunaan teknologi informasi tersebut memberikan kontribusi positif.

Hasil penelitian Ledesman (2018) dengan judul Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya) menunjukkan variabel yang

mempengaruhi sikap positif penggunaan *mobile banking* adalah variabel manfaat. Sejalan juga dengan hasil penelitian Wulandari dan Moeliono (2017), yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan *Mobile Banking* di Bandung memaparkan bahwa faktor *perceived benefit* mempengaruhi penggunaan layanan *mobile banking*. Sama halnya dengan penelitian Laksana dkk (2015) menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat maka semakin tinggi minat penggunaan *Mobile banking*.

2.6 Kemudahan

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagaimana sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2008). Persepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, tetapi justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau manual (Hadi & Novi, 2015).

Davis dalam (Afifah, 2017) memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi meliputi:

- 1). **Easy to learn** (mudah dipahami), teknologi yang dengan mudah dapat dipahami oleh pengguna

- 2). **Controllable** (terkendali), teknologi yang mudah dikendalikan oleh pengguna
- 3). **Clear & Understandable** (jelas dan dapat dimengerti),
- 4). **Flexible** (fleksibel)
- 5). **Easy to become skillful** (dapat meningkatkan keterampilan pengguna),
- 6). **Easy to use** (mudah digunakan)

2.6.1 . Hubungan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang di dalam mempelajari teknologi informasi. Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan teknologi informasi bekerja lebih mudah dibandingkan dengan orang yang bekerja tanpa menggunakan teknologi informasi (secara manual). Pengguna teknologi informasi mempercayai bahwa sistem informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan.

Hasil penelitian Himawati (2018) yang berjudul Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Dengan Sikap Sebagai *Variabel Intervening* menunjukkan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Sejalan dengan penelitian Ledesman (2018) dengan judul Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan

Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya) Variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Sama halnya dengan penelitian Rahayu (2019) terdapat pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

2.7 Kepercayaan

Menurut Shen dalam (Afifah, 2017) kepercayaan adalah harapan bahwa orang lain memutuskan untuk dipercaya tidak akan berperilaku oportunistik dengan mengambil keuntungan dari sebuah situasi. Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan (Harlan, 2014).

Menurut Ganesan dan Shankar dalam Farida Jasfar (2009: 165) menjelaskan bahwa kepercayaan itu merupakan refleksi dari dua komponen, yaitu:

- 1). Credibility (kredibilitas), perihal yang dapat dipercaya
- 2). Benevolence (kebajikan), sesuatu yang mendatangkan kebaikan

Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi pada perbankan. Terdapat beberapa indikator kepercayaan yaitu sebagai berikut (Fian, 2016):

- 1). Keandalan, artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 2). Kepedulian, merupakan sikap empati yang tinggi yang dapat dirasakan pihak bank mampu memberikan solusi permasalahan nasabahnya.
- 3). Kredibilitas, artinya penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya

2.7.1 Hubungan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking

Seiring maraknya kejahatan internet, keamanan dan kerahasiaan menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan internet banking. Isu keamanan dan kerahasiaan menjadi isu yang paling diperhatikan oleh pengguna dalam penggunaan teknologi informasi. Kebanyakan pengguna tidak memahami betul resiko keamanan dan kerahasiaan dari *elektronik banking*. Pengguna beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan teknologi informasi dari layanan *mobile banking*. Belum tentu sebuah bank besar, keamanan dan kerahasiaan nasabah terlindungi dengan baik.

Hasil penelitian Rahayu (2019) dengan judul Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Empiris Pada Mahasiswa Di Yogyakarta) terdapat

pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Sejalan dengan hasil penelitian Marsono (2009) dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan Penggunaan Sistem Informasi (*System Usage*), menunjukan faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan *system informasi* adalah kepercayaan, variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap sikap positif. Sejalan juga dengan hasil penelitian Pranidana (2009) dengan judul Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA Untuk Menggunakan Klik-BCA, menunjukan faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan Klik-BCA adalah kepercayaan, variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Klik-BCA.

2.8 Hasil Penelitian Terkait

Dalam studi literatur ini, peneliti mencantumkan beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya sebagai bahan rujukan dalam memperkuat teori penelitian yang sekarang, dikemukakan untuk memperjelaskan perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya sebagai berikut:

Penelitian “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Dengan Sikap Sebagai *Variabel Intervening* (Studi Kasus pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Syariah Solo)” yang dilakukan oleh Rezza Resita Himawati (2018) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap minat nasabah menggunakan *m banking*, juga persepsi sikap yang berpengaruh positif dan signifikan tetapi persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *m banking*. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada jenis variabel yang digunakan, pada penelitian sebelumnya menggunakan variabel dependen, variabel independen serta variabel intervening sedangkan pada penelitian yang akan diteliti hanya menggunakan variabel dependen dan variabel independen. Perbedaan lainnya terletak pada tempat atau lokasi penelitian. Sedangkan persamaannya terletak pada variabel independen yang digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh M Ledesman (2018) yang berjudul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya)” dalam penelitiannya variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *m banking*. Juga variabel kemudahan penggunaan yang berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *m banking*. Sedangkan untuk variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *m banking*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada lokasi penelitian. Sedangkan persamaannya terletak pada variabel dependen dan independen yang digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nisa Ayu Purwati (2018) yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah (Studi Pada Pt Bank Syariah Mandiri Kcp Darussalam Banda Aceh)” menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi risiko penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *m banking*, sedangkan persepsi keamanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *m banking*, tetapi untuk persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *m banking*, sedangkan untuk persepsi biaya mempunyai pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *m banking*, dan persepsi kepatuhan syariah mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *m banking*. Perbedaan dari penelitian ini terletak pada lokasi penelitian dan variabel yang digunakan. Sedangkan persamaannya terletak pada objek penelitian yaitu *mobile banking*.

Penelitian “Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *Electronic Money*: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan *Perceived Risk*” oleh Ula Rahmatika dan Muhammad Andryzal Fajar (2019) menunjukkan bahwa sikap, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi minat responden untuk menggunakan *e-money*, sementara persepsi risiko kinerja, risiko sosial, risiko waktu,

risiko keuangan, dan risiko keamanan tidak menunjukkan adanya pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada objek penelitian yaitu *electronic money*, perbedaan lainnya terletak pada lokasi penelitian. Sedangkan persamaan penelitian ini terletak pada teori yang digunakan yaitu teori penerimaan teknologi atau teori TAM.

Penelitian yang dilakukan oleh Priestiani Putri Rahayu (2019) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Empiris Pada Mahasiswa di Yogyakarta)” menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada subjek yang diteliti yaitu mahasiswa. Sedangkan persamaannya terletak pada teori yang digunakan yaitu teori penerimaan teknologi atau teori TAM.

Penelitian “Pengaruh Kemanfaatan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* di Medan” oleh Dwi Yuni Risky Wirya Nanda (2020) memaparkan bahwa Variabel kemudahan dan kemanfaatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pada nasabah *mobile banking* BNI. Sedangkan untuk variabel kemanfaatan tidak memiliki

pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan pada nasabah *mobile banking* BNI. Perbedaan penelitian yang akan diteliti dengan penelitian sebelumnya adalah jumlah variabel independen yang digunakan serta lokasi yang akan dijadikan penelitian. Sedangkan persamaan penelitian ini terletak pada subjek yang diteliti yaitu nasabah dari Bank.

Tabel 2. 1
Hasil Penelitian Terkait

No.	Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Dwi Yuni Risky Wiryanda (2020) Pengaruh Kemudahan dan Minat Terhadap Nasabah Menggunakan <i>MOBILE BANKING</i> di Medan	Kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal dan menggunakan metode survei, teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan sampel 100 responden.	Variabel kemudahan dan kemanfaatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pada nasabah <i>mobile banking</i> BNI. Sedangkan untuk variabel kemanfaatan tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan pada nasabah <i>mobile banking</i> BNI.
2.	Priestiani Putri Rahayu (2019) Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Studi Empiris Pada Mahasiswa di Yogyakarta)	Kuantitatif, menggunakan sumber data primer, teknik pengumpulan data ialah kuisioner dengan sampel 100 responden.	persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi kenyamanan, terdapat pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> .

3.	Ula Rahmatika dan Muhammad Andryzal Fajar (2019) Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan <i>Electronic Money</i>: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan <i>Perceived Risk</i>	Kuantitatif, penelitian ini menggunakan teknik <i>convinience sampling</i>, teknik pengumpulan data yang digunakan ialah kuisioner dengan sampel sebanyak 260 responden.	sikap, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi minat responden untuk menggunakan <i>e-money</i>, sementara persepsi risiko kinerja, risiko sosial, risiko waktu, risiko keuangan, dan risiko keamanan tidak menunjukkan adanya pengaruh terhadap minat penggunaan <i>e-money</i>.
4.	Rezza Resita Himawati (2018) Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Dengan Sikap Sebagai <i>Variabel Intervening</i> (Studi Kasus pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Syariah Solo)	Kuantitatif, menggunakan sumber data primer, teknik pengumpulan data nya kuisioner dengan 100 responden.	persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>m banking</i>, juga persespi sikap yang berpengaruh positif dan signifikan tetapi persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penguanaan <i>m banking</i>.
5.	M Ledesman (2018) Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> (Studi Pada BSM Cabang Bandar)	Kuantitatif, jenis data yang digunakan ialah data kuantitatif dengan sifat asosiatif, sumber datanya ialah data primer dan sekunder, metode pengumpulan nya ialah kuisioner dan wawancara, dengan responden	variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan <i>m banking</i>. Juga variabel kemudahan penggunaan yang berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan <i>m banking</i>. Sedangkan untuk variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah

		sebanyak 78 nasabah.	
6.	Nisa Ayu Purwati (2018) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah (Studi Pada Pt Bank Syariah Mandiri Kcp Darussalam Banda Aceh)	Kuantitatif, sumber datanya ialah data primer dan sekunder, teknik pengumpulan datanya ialah kuisioner, dengan sampel sebanyak 40 responden.	minat nasabah dalam penggunaan <i>m banking</i> , tetapi untuk persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan <i>m banking</i> , sedangkan untuk persepsi biaya mempunyai pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap minat minat nasabah dalam penggunaan <i>m banking</i> , dan persepsi kepatuhan syariah mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat nasabah nasabah dalam penggunaan <i>m banking</i> .

Sumber : Data diolah (2021)

2.9 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah konseptual mengenai bagaimana satu teori berhubungan di antara berbagai faktor yang telah diidentifikasi penting terhadap masalah penelitian. Ketatnya persaingan antar bank yang membuat bank berlomba-lomba memberikan pelayanan jasa yang terbaik. Salah satu fasilitas yang diberikan oleh bank ialah *mobile banking*.

Manfaat didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi *mobile banking* dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Semakin besar mafaat *mobile banking* maka semakin besar pula

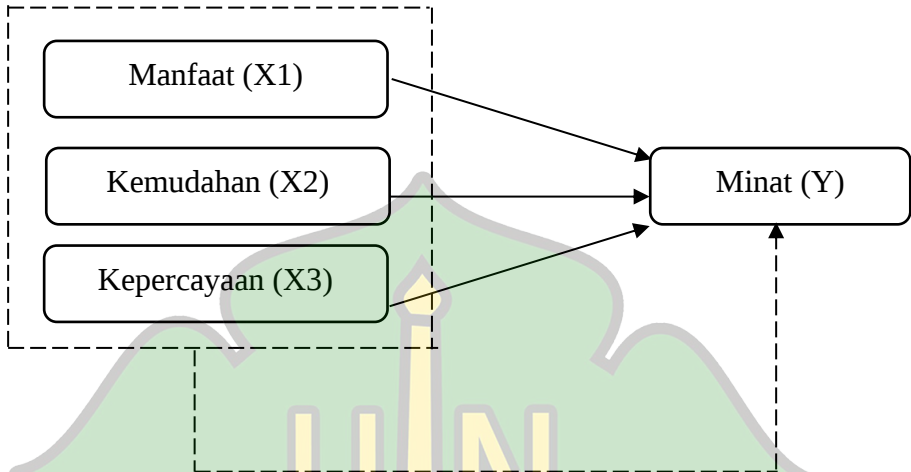
memperngaruhi minat nasabah untuk menggunakannya. Dibuktikan oleh penelitian Ledesman (2018) bahwa variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *m banking*.

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagaimana sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dapat dikatakan bahwa jika suatu teknologi *mobile banking* memberikan kemudahan bagi penggunanya maka semakin besar pula minat nasabah menggunakan teknologi *mobile banking* tersebut. Dibuktikan oleh penelitian Purwati (2018) bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *m banking*.

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan. semakin besar kepercayaan dalam menggunakan teknologi *mobile banking* maka semakin besar pula minat seseorang menggunakan teknologi *mobile banking* tersebut. Dibuktikan oleh penelitian Harlan (2014) bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *m banking*.

Berdasarkan uraian tersebut, maka kerangka pemikiran dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

Gambar 2. 3
Kerangka Berfikir



Sumber : Data diolah (2021)

2.10 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis dapat dikatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik (Sugiyono, 2015).

Manfaat yang dihasilkan dari penggunaan barang maka akan mampu mempengaruhi minat. Apabila manfaat yang dihasilkan sesuai dengan keinginan pengguna maka pengguna tersebut akan merasa berminat untuk menggunakan barang tersebut. Akan tetapi apabila manfaat yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan pengguna maka rasa minat tidak akan muncul. Sehingga manfaat sangat penting dalam mempengaruhi dan menentukan rasa minat.

Selain manfaat kemudahan juga menjadi penentu rasa minat, apabila kemudahan yang dihasilkan mampu memudahkan pengguna baik dari kemudahan penggunaan, kemudahan akses maupun kemudahan dalam mempelajarinya maka akan menimbulkan minat akan menggunakan barang tersebut. Akan tetapi sebaliknya apabila ada kesulitan dalam menggunakannya, mengaksesnya dan mempelajarinya maka rasa minat tidak akan muncul dalam menggunakannya.

Selain manfaat dan kemudahan, kepercayaan juga merupakan faktor yang penting dalam menimbulkan rasa minat, apabila pengguna telah mempercayai barang yang akan dipakainya maka minat akan otomatis timbul. Akan tetapi apabila pengguna belum mendapatkan kepercayaan yang ditimbulkan dari barang tersebut, maka minat tidak akan muncul.

Berdasarkan kerangka berfikir dan teori diatas, maka di dapat hipotesis sebagai berikut:

H_{a1} : variabel manfaat berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*

H₀₁ : variabel manfaat tidak berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*

H_{a2} : variabel kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*

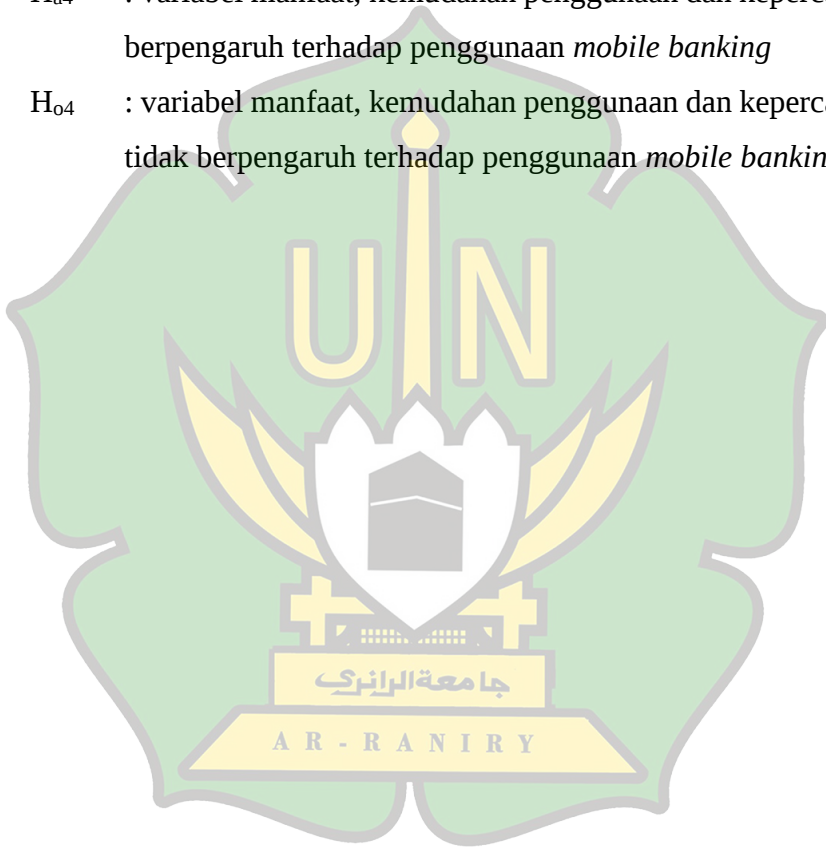
H₀₂ : variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*

H_{a3} : variabel kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*

H_{a3} : variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*

H_{a4} : variabel manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*

H_{o4} : variabel manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, menurut sugiyono (2017) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik. Penelitian kuantitatif juga merupakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian langsung dilakukan di lapangan atau pada responden.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Populasi berarti keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga obyek-obyek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Bungin, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah

Indonesia Kantor Cabang Darussalam dengan jumlah populasi yang tidak diketahui..

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Pada penelitian ini, menggunakan pengambilan sampel *non-probability* atau juga disebut pengambilan sampel dengan sengaja dan bersifat subjektif (Indrawan & Yaniawati, 2014). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *sampling accidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2015). Sehingga sampel penelitian ini akan diambil dari nasabah Bank Syariah Indonesia Darussalam yang bertemu tanpa disengaja di lokasi penelitian yaitu BSI Darussalam yang menggunakan *Mobile Banking* BSI..

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga (Sugiyono, 2015). Berikut rumus Lameshow yaitu:

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,01) atau sampling error = 10%

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$\begin{aligned}n &= \frac{Z^2_{1-\alpha/2} P(1-P)}{d^2} \\n &= \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,1^2} \\n &= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} \\n &= 96,04\end{aligned}$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04, sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang.

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan data primer. Sumber data primer ialah orang yang merespon atau menjawab pertanyaan peneliti atau sumber informasi yang langsung mempunyai wewenang dan tanggung jawab terhadap pengumpulan dan penyimpanan data yang dicari (Sugiyono, 2015). Sumber data primer yang diambil pada penelitian ini adalah dari angket.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data yang dimaksud, teknik yang digunakan adalah teknik lapangan (*field research*). Teknik tersebut dilakukan dengan Kuisisioner/angket. Menurut Sugiyono (2015) angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Sekaran dalam Sugiyono (2015) mengemukakan beberapa prinsip dalam penulisan angket sebagai teknik pengumpulan data yaitu prinsip penulisan, pengukuran, dan penampilan fisik.

Pengumpulan data ini dilakukan dengan cara membuat pertanyaan-pertanyaan yang tersusun dan sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti mengenai minat penggunaan *mobile banking*. Dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner dengan metode tertutup. Yang dimaksud kuisisioner dengan metode tertutup ialah responden diberikan pertanyaan-pertanyaan yang telah dibatasi oleh peneliti dan hanya dapat memilih jawaban yang tertera pada kuisisioner, responden tidak diberikan alternatif jawaban lain. Kuisisioner ini terdiri dari beberapa pertanyaan. Tiap pengukuran berisi sekumpulan indikator berupa pertanyaan.

Tiap indikator dari pertanyaan akan diukur dengan skala pengukuran dalam penelitian ini ialah skala interval (*skala likert*), yang digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat responden. Responden diminta untuk melengkapi kuisisioner yang mengharuskan

mereka untuk menunjukkan tingkat persetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan yang diberikan.

Tingkat persetujuan yang dimaksud dalam skala ini ialah sebagai berikut:

5 = Sangat Setuju (SS), kategori sangat setuju dengan skor 5

4 = Setuju (S), kategori setuju dengan skor 4

3 = Netral (N), kategori netral dengan skor 3

2 = Tidak Setuju (TS), kategori tidak setuju dengan skor 2

1 = Sangat Tidak Setuju (STS), kategori sangat tidak setuju dengan skor 1

Dengan uji coba instrumen penelitian ini akan diperoleh hasil berupa tingkat validitas dan reliabilitas kuisisioner

3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013). Perhitungan ini akan dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Pada setiap butir pertanyaan di uji validitas. Hasil r hitung kita bandingkan dengan rtabel dimana $df = n - 2$ dengan sig 5% jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka dikatakan valid (Sujarweni, 2015).

3.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2013) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan aplikasi *SPSS 17* yang memberikan fasilitas untuk mengukur kereliabelan dengan uji statistik *cronbach alpha*, dengan kriteria bahwa suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan *cronbach alpha* > 0,60 maka reliabilitas bisa diterima (Nasution, 2012).

3.5 Definisi dan Operasional Variabel

Variabel dan indikator penelitian ini dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Skala
Manfaat (X1)	persepsi manfaat didefinisikan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaanya (Jogiyanto, 2008).	1). Makes job easier (menjadi lebih mudah) 2). Increase productivity (menambah produktifitas) 3). Enhance effectiveness (mempertinggi efektifitas) 4). Work more quickly (bekerja lebih cepat)	Likert

		5). Job performance (kinerja) 6). Useful (bermanfaat) (Davis dalam Afifah, 2017)	
Kemudahan Penggunaan (X2)	Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagaimana sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2008).	1). Easy to learn (mudah dipahami) 2). Controllable (terkendali) 3). Clear & Understandable (jelas dan dapat dimengerti) 4). Flexible (fleksibel) 5). Easy to become skillful (dapat meningkatkan keterampilan pengguna) 6). Easy to use (mudah digunakan) (Davis dalam Afifah, 2017)	Likert
Kepercayaan (X3)	Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan (Harlan, 2014).	1). Kehandalan 2). Kepedulian 3). Kredibilitas (Fian, 2016)	Likert

Minat (Y)	Minat yaitu kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi.	1). Keinginan menggunakan 2). Akan tetap menggunakan di masa depan (Bhattacharjee dalam Jogiyanto, 2008)	Likert
-----------	--	--	--------

Sumber : Data diolah (2021)

3.6 Metode dan Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Moleong, 2010). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik dengan menggunakan aplikasi SPSS.

3.6.1 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah

sampel kecil. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2013).

Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yaitu distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan analisis grafis dan analisis histogram dan *normal probability plot* (Santoso, 2018). Dasar pengambilan keputusan dari analisis *normal probability plot* adalah sebagai berikut (Ghozali, 2013):

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

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar perubah bebas. Multikolinearitas adalah keadaan jika suatu variabel bebas berkorelasi dengan satu atau lebih variabel bebas yang lainnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan problem multikolinearitas (Ghozali, 2013).

Ghozali (2013) menyatakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- a. Jika R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- b. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90) maka hal ini mengindikasikan adanya multikolinearitas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolinearitas. Multikolinearitas dapat disebabkan karna adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
- c. Multikolinearitas dapat juga dilihat dari:
 - *Tolerance value* dan lawannya
 - *Variance Inflation Faktor (VIF)*

Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi karena $VIF = 1/tolerance$. Pengujian multikolineritas dapat dilakukan sebagai berikut:

- *Tolerance value* < 0,10 atau $VIF > 10$, terjadi multikolinearitas.

- *Tolerance value* > 0,10 atau *VIF* < 10, tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ketika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, inilah yang disebut dengan heteroskedastisitas (Ghozali, 2013). Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas :

- a. Jika terdapat pola tertentu (misalnya bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.2 Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2015) regresi linear berganda ialah analisis yang digunakan peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah (Sugiyono, 2015):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \dots (1) \quad (3.1)$$

Keterangan :

Y	= variabel minat penggunaan <i>mobile banking</i>
X_1	= variabel manfaat
X_2	= variabel kemudahan penggunaan
X_3	= variabel kepercayaan
a	= konstanta
$b_1b_2b_3$	= koefisien regresi
e	= residual atau <i>prediction error</i>

3.6.3 Koefisien Determinasi

Koefisien ini menunjukkan seberapa besar variasi total pada variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya dalam model regresi tersebut. Nilai dari koefisien determinasi ialah antara 0 (nol) hingga 1. Nilai R^2 yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel dalam model tersebut dapat mewakili permasalahan yang diteliti, karena dapat menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependennya. Nilai R^2 sama dengan atau mendekati 0 (nol) menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Amanullah, 2014).

Pengaruh tinggi rendahnya koefisien determinasi tersebut digunakan pedoman yang dikemukakan oleh Guiford dalam Aurefanda (2019) sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Tingkat Pengaruh Variabel

Pernyataan	Keterangan
4%	Pengaruh Rendah Sekali
5% - 16%	Pengaruh Rendah Tapi Pasti
17% - 49%	Pengaruh Cukup Berarti
50% - 81%	Pengaruh Tinggi atau Kuat
>80%	Pengaruh Tinggi Sekali

Kaidah uji hipotesis yang digunakan adalah jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima, dan sebaliknya jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

3.7 Pengujian Hipotesis

1). Uji t (Parsial)

Uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut (Ghozali, 2013):

1. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, dan H_a diterima (signifikan).

2. Jika nilai probabilitas signifikan $< 0,05$, maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti

bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, dan H_a ditolak (tidak signifikan).

2). Uji f (Simultan)

Digunakan untuk membuktikan kebenaran hipotesis dan mengetahui sejauh mana variabel bebas yang digunakan mampu menjelaskan variabel terikat. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (*independen*) secara bersama terhadap variabel terikat (*dependen*). Uji dilakukan dengan langkah membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} .

Menurut Ghozali (2013) dasar kriteria uji F sebagai berikut:

- H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, $\alpha=5\%$
- H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, $\alpha=5\%$

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia

4.1.1 Sejarah Singkat

Bank ini berdiri pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin) (Bank Syariah Indonesia, 2021).

4.1.2 Visi dan Misi

Visi Bank Syariah Indonesia ialah menjadi Top 10 Global Islamic Bank. Sedangkan misi nya ialah: Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025

1. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)
2. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja

4.2 Hasil Analisis Data

Karakteristik responden dalam penelitian ini dilakukan kepada 100 orang nasabah Bank Syariah Indonesia cabang Darussalam yang menggunakan mobile banking dalam segala aktivitasnya. Karakteristik responden dibagikan mengikuti jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan dan penghasilan.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, maka responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4. 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	52	52%
Perempuan	48	48%
Jumlah	100	100%

Sumber: data primer diolah (2021)

Dari tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang mengisi kuisioner didominasi oleh responden perempuan sebanyak 48 orang atau 48%, sedangkan responden laki-laki sebanyak 52 orang atau 52%. Hal ini menunjukkan bahwa yang menggunakan *mobile banking* mayoritas adalah laki-laki, hal ini disebabkan karena responden yang diambil dari penelitian ini menggunakan teknik *random sampling* dan *accidental sampling*, sehingga jumlah antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan berbeda dan membuat pengguna *mobile banking* pada penelitian ini didominasi oleh laki-laki.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan umur, responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase
< 20 tahun	13	13%
20-30 tahun	84	84%
31-40 tahun	-	-
>40 tahun	3	3%
Jumlah	100	100%

Sumber: data primer diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa dari semua tingkatan umur, sebagian besar responden dalam penelitian ini berumur 20-30 tahun sebanyak 84 orang atau 84%, sedangkan yang berumur < 20 tahun sebanyak 13 atau 13%, dan yang berumur > 40 tahun sebanyak 3 atau 3%. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden yang mengakses layanan jasa *mobile banking* berusia lebih dari 20 tahun, hal ini dikarenakan kelompok nasabah ini termasuk dalam kelompok produktif dan memiliki tingkat aktivitas dan produktivitas yang tinggi, sehingga untuk memudahkan transaksi responden ini sangat membutuhkan jasa layanan *mobile banking*. Selain itu pada penelitian ini pada rentang waktu 31-40 tahun tidak ada penggunaanya, hal ini dipengaruhi karena data yang diambil menggunakan teknik *accidental sampling* yang memberikan peluang sama untuk rentang umur yang berbeda, sehingga rentang umur 31 – 40 tahun tidak terdapat responden.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan pendidikan terakhir, responden dalam penelitian ini dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
Strata-3	-	-
Strata-2	1	1%
Strata-1	49	49%
Akademi/Diploma	6	6%

SMA	44	44%
SMP	-	-
Jumlah	100	100%

Sumber: data primer diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa dari semua pendidikan terakhir, sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenjang pendidikan strata-1 sebanyak 49 orang atau 49%, sedangkan pendidikan SMA sebanyak 44 orang atau 44%, kemudian pada Akademi/Diploma sebanyak 6 orang atau 6% dan strata-2 sebanyak 1 orang atau 1%. Kenyataan menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenjang pendidikan strata-1, hal ini dikarenakan kelompok nasabah ini memiliki tingkat produktivitas transaksi *mobile banking* yang tinggi, dengan perubahan era yang mengedepankan teknologi maka *mobile banking* sangat menjadi antusias bagi mereka.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan, responden dalam penelitian ini dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4. 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Mahasiswa	33	33%
Wiraswasta	7	7%
PNS	1	1%
Karyawan swasta	28	28%
Lainnya	31	31%
Jumlah	100	100%

Sumber: data primer diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa dari semua pekerjaan, sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa sebanyak 33 orang atau 3%, kemudian karyawan swasta sebanyak 28 orang atau 28%, sedangkan wiaswasta sebanyak 7 orang atau 7%, PNS sebanyak 1 orang atau 1%, untuk 31 orang atau 31% didominasi oleh pekerjaan lain misal pekerja *part-time*, ojek online, kurir barang dan lain sebagainya. Mahasiswa menjadi mayoritas dalam penelitian ini, yang mungkin disebabkan oleh struktur masyarakat di daerah Darussalam di dominasi oleh mahasiswa yang juga pengguna aktif *mobile banking*.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

Berdasarkan penghasilan perbulan, responden dalam penelitian ini dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4. 5. Karakteristik Responden Berdasarkan penghasilan perbulan

Penghasilan perbulan	Frekuensi	Persentase
< 1.000.000	56	56%
< 3.000.000	31	31%
< 5.000.000	7	7%
< 7.000.000	6	6%
< 10.000.000	-	-
< 15.000.000	-	-
Jumlah	100	100%

Sumber: data primer diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa dari semua pekerjaan, sebagian besar responden berpenghasilan <

1.000.000 sebanyak 56 atau 56%, sedangkan penghasilan < 3,000,000 sebanyak 31 oarang atau 31 % , lalu pada penghasilan < 5.000.000 sebanyak 7 orang atau 7%, kemudian pada penghasilan < 7.000.000 sebanyak 6 orang atau 6%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berpenghasilan < 1.000.000, ini disebabkan mayoritas mahasiswa yang menjadi responden di daerah Darussalam tersebut.

4.2.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013). Perhitungan ini akan dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Pada setiap butir pertanyaan di uji validitas. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df = n-4$ dengan sig 5% jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka dikatakan valid (Sujarweni, 2015). Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 6.
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan/ item	r tabel	Pearson Correlation (r hitung)	Keterangan
Manfaat (X1)	M1	0.198	0,820	Valid
	M2		0,878	
	M3		0,855	
	M4		0,829	

	M5		0,805	
	M6		0,841	
Kemudahan (X2)	K1	0.198	0,833	Valid
	K2		0,867	
	K3		0,880	
	K4		0,873	
	K5		0,844	
	K6		0,808	
Kepercayaan (X3)	O1	0.198	0,854	Valid
	O2		0,904	
	O3		0,893	
Minat Penggunaan (Y)	P1	0.198	0,867	Valid
	P2		0,868	
	P3		0,856	

Sumber: data primer diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas diketahui bahwa tiap masing-masing *item* pertanyaan memiliki nilai r hitung $> r$ tabel (0,198). Maka dapat disimpulkan bahwa tiap *item* pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2013) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan aplikasi *SPSS 17* yang memberikan fasilitas untuk mengukur kereliabelan dengan uji statistik *cronbach alpha*, dengan kriteria bahwa suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan *cronbach alpha* $> 0,60$ maka reliabilitas bisa diterima (Nasution, 2012). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 7.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Manfaat (X_1)	6	0,914	Reliabel
Kemudahan (X_2)	6	0,923	Reliabel
Kepercayaan (X_3)	3	0,860	Reliabel
Minat Penggunaan (Y)	3	0,829	Reliabel

Sumber: data primer diolah (2021)

Dari Tabel 4.7 di atas diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian variabel manfaat, kemudahan, kepercayaan dan minat penggunaan dinyatakan reliabel.

4.2.7 Uji Asumsi Klasik

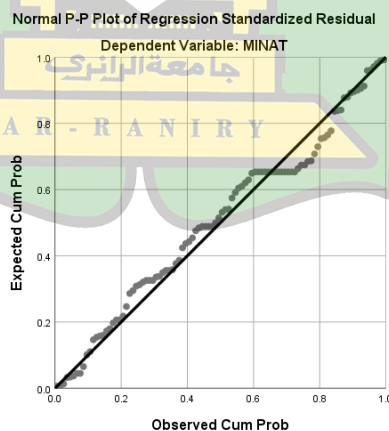
1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2013).

Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yaitu distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan analisis grafis dan analisis histogram dan *normal probability plot* (Santoso, 2018). Dasar pengambilan keputusan dari analisis *normal probability plot* adalah sebagai berikut (Ghozali, 2013):

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

Gambar 4. 1. Hasil Uji Normalitas



Sumber: data primer diolah (2021)

Data dari Tabel 4.1 menunjukkan bahwa garis diagonal mengikuti searah grafik histogramnya yang menyatakan bahwa distribusi tersebut normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar perubah bebas. Multikolinearitas adalah keadaan jika suatu variabel bebas berkorelasi dengan satu atau lebih variabel bebas yang lainnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan problem multikolinearitas (Ghozali, 2013).

Menurut Ghozali (2013) multikolinearitas dapat dilihat dari *Tolerance value* dan lawannya juga *Variance Inflation Faktor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan VIF tinggi, karena $VIF = 1/tolerance$. Pengujian ini dapat dilakukan sebagai berikut:

- *Tolerance value* $< 0,10$ atau $VIF > 10$, terjadi multikolinearitas.
- *Tolerance value* $> 0,10$ atau $VIF < 10$, tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.648	.585		2.817	.006		
	MANFAAT	-.062	.051	-.120	-1.224	.224	.197	5.086
	KEMUDAHAN	.207	.055	.423	3.783	.000	.153	6.552
	KEPERCAYAAN	.575	.075	.625	7.705	.000	.290	3.451
a. Dependent Variable: MINAT (Y)								

Sumber: data primer diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel independen memiliki *tolerance* > 0,10 atau *VIF* < 10. Nilai *tolerance* X_1 , X_2 dan X_3 > 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji. Sedangkan nilai *VIF* X_1 , X_2 dan X_3 < 10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.

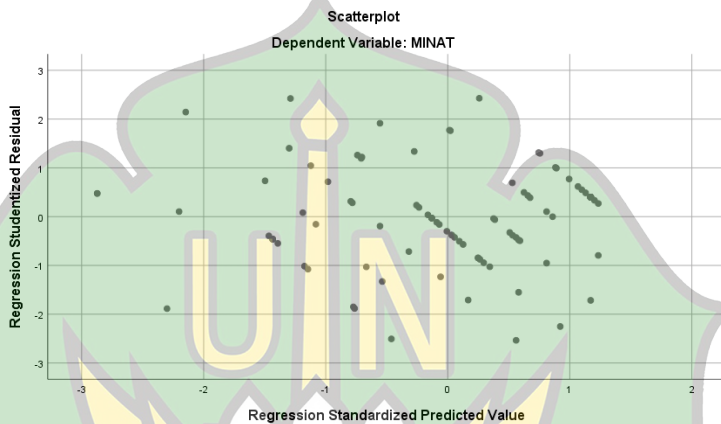
3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ketika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, inilah yang disebut dengan heteroskedastisitas (Ghozali, 2013). Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas :

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

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

Gambar 4. 2. Hasil Uji Multikolinearitas



Sumber: data primer diolah (2021)

Berdasarkan Gambar 4.1 di atas grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik yang menyebar tidak membentuk pola yang jelas sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4.2.8 Regresi Linear Berganda

Pengujian regresi linear berganda bertujuan untuk memprediksi atau meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi. Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 9.Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.648	.585		2.817	.006
	MANFAAT (X1)	-.062	.051	-.120	-1.224	.224
	KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X2)	.207	.055	.423	3.783	.000
	KEPERCAYAAN (X3)	.575	.075	.625	7.705	.000
a. Dependent Variable: MINAT (Y)						

Sumber: data primer diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas, hasil dari regresi linear berganda diketahui koefisien untuk variabel manfaat (X1) sebesar -0,62, untuk variabel kemudahan (X2) sebesar 0,207, dan untuk variabel kepercayaan (X3) sebesar 0,575 dengan konstanta sebesar 1,648, sehingga dapat dirumuskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,648 - 0,62 X_1 + 0,207 X_2 + 0,575 X_3 + e \quad (4.1)$$

Berdasarkan hasil dari persamaan regresi linier di atas, maka di jabarkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) sebesar 1,648. Hal ini menunjukkan bahwa apabila manfaat (X_1), kemudahan penggunaan (X_2) dan kepercayaan (X_3) diasumsikan dalam keadaan tetap maka minat penggunaan mobile banking (Y) sebesar 1,684 satuan.

- b. Nilai koefisien regresi manfaat (X_1) sebesar -0,62 yang menunjukkan bahwa X_1 berpengaruh negatif terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking sebesar -0,62 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap (ceteris paribus).
- c. Nilai koefisien regresi kemudahan penggunaan (X_2) sebesar 0,207 yang berarti jika X_2 mengalami kenaikan 1 satuan maka akan menyebabkan minat nasabah menggunakan mobile banking meningkat sebesar 0,207 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap (ceteris paribus).
- d. Nilai koefisien regresi kepercayaan (X_3) sebesar 0,575 yang berarti jika X_3 mengalami kenaikan 1 satuan maka akan menyebabkan minat nasabah menggunakan mobile banking meningkat sebesar 0,575 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap (ceteris paribus).

4.2.9 Koefisien Determinasi

Koefisien ini menunjukkan seberapa besar variasi total pada variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya dalam model regresi tersebut. Nilai dari koefisien determinasi ialah antara 0 (nol) hingga 1. Nilai R^2 yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel dalam model tersebut dapat mewakili permasalahan yang diteliti, karena dapat menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependennya. Nilai R^2 sama dengan atau mendekati 0 (nol) menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Amanullah, 2014).

Tabel 4. 10
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.904 ^a	.817	.811	.95692
a. Predictors: (Constant), MANFAAT (X1), KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X2), KEPERCAYAAN (X3)				
b. Dependent Variable: MINAT NASABAH (Y)				

Sumber: data primer diolah (2021)

Berdasarkan hasil output uji koefisien determinasi (R^2) di atas diperoleh hasil sebesar 0,904, yang berarti bahwa hubungan variabel independen dengan variabel dependen sangat kuat. Nilai R-Square diperoleh 0,817 yang menunjukkan bahwa variabel manfaat (X_1), kemudahan penggunaan (X_2) dan kepercayaan (X_3) sebesar 81,7%, sedangkan sisanya sebesar 18,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti keamanan, kenyamanan, kegunaan, dan lain sebagainya.

4.2.10 Pengujian Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2013). Uji t dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 11
Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.648	.585		2.817	.006
	MANFAAT (X1)	-.062	.051	-.120	-1.224	.224
	KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X2)	.207	.055	.423	3.783	.000
	KEPERCAYAAN (X3)	.575	.075	.625	7.705	.000

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber: data primer diolah (2021)

Berdasarkan nilai t_{tabel} dengan nilai ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $dk = (100-4) = 96$, sehingga diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1.984

a. Pengaruh Tingkat Manfaat (X1) Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking

Nilai $t_{hitung} = -1.224$ yang berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1.224 < 1.984$), dapat disimpulkan bahwa variabel manfaat (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Di lihat dari sudut nilai sig. X1 yang bernilai 0,224 yang berarti tidak signifikan. Maka semua nilai yang bernilai $< 0,05$ berarti signifikan.

b. Pengaruh Tingkat Kemudahan (X2) Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking

Nilai $t_{hitung} = 3.783$ yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.783 > 1.984$), dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

c. **Pengaruh Tingkat Kepercayaan (X3) Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking**

Nilai $t_{hitung} = 7.705$ yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7.705 > 1.984$), dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

2. **Uji F (Simultan)**

Digunakan untuk membuktikan kebenaran hipotesis dan mengetahui sejauh mana variabel bebas yang digunakan mampu menjelaskan variabel terikat. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (*independen*) secara bersama terhadap variabel terikat (*dependen*). Uji dilakukan dengan langkah membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} .

Tabel 4. 12
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	392.684	3	130.895	142.946	.000 ^b
	Residual	87.906	96	.916		
	Total	480.590	99			
a. Dependent Variable: MINAT (Y)						
b. Predictors: (Constant), MANFAAT (X1), KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X2), KEPERCAYAAN (X3)						

Sumber: data primer diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.12 hasil output uji simultan di atas diperoleh nilai F hitung sebesar 142.946 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan tingkat signifikansi 5% dan df1 (N1) = k-1

$(4-1) = 3$ dan $df_2 (N_2) = n-k (100-4) = 96$ sehingga diperoleh F_{tabel} sebesar 2.70 yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($142.946 > 2.810$) maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen yaitu manfaat (X_1), kemudahan (X_2) dan kepercayaan (X_3) memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan *mobile banking* (Y).

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Manfaat Terhadap Penggunaan BSI Mobile Banking

Persepsi manfaat bernilai -0,062 yang berarti jika manfaat mengalami kenaikan 1% akan menyebabkan minat nasabah menurun sebesar 6,2%. Jika dilihat dari nilai signifikansinya $0,224 > 0,05$, artinya variabel manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* BSI.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Dikarenakan ada beberapa fitur *mobile banking* BSI masih dalam *update* dan masih ada sistem yang belum sempurna karena masih sering error saat melakukan transaksi yang disebabkan oleh penuhnya server saat sedang melakukan transaksi. Kasus lain juga terjadi pada beberapa nasabah yang mana uang mereka tiba-tiba berkurang padahal tidak ada melakukan transaksi apapun pada hari itu sehingga mengakibatkan beberapa nasabah merasakan kurangnya manfaat yang dirasakan nasabah dari penggunaan *mobile banking* tersebut. Selain itu sebagian masyarakat terutama yang berusia > 40 Tahun masih belum mengerti bagaimana cara

penggunaan *mobile banking* dan mereka berpendapat bahwa *mobile banking* tidak menambah produktifitas dalam pekerjaan mereka.

Penemuan ini konsisten dengan penelitian (Purwati, 2018) berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, nasabah masih merasa *mobile banking* tidak menambah produktifitas dalam pekerjaan mereka, sehingga memutuskan untuk tidak menggunakan *mobile banking*. Penelitian serupa juga dilakukan oleh (Himawati, 2018) bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini terjadi karena nasabah bank BTN Syariah Solo banyak yang belum tahu dan mengerti bagaimana menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu diharapkan kepada pihak bank untuk lebih gencar mempromosikan *mobile banking* baik dari segi manfaat sampai cara penggunaan nya, sehingga masyarakat paham bahwa *mobile banking* dapat menambah produktivitas dalam pekerjaan mereka.

4.3.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan BSI Mobile Banking

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Responden merasakan dalam menggunakan *mobile banking* efektifitas kerja semakin meningkat dengan aplikasi yang sangat fleksibel dan sangat mudah digunakan. Persepsi kemudahan penggunaan bernilai 0,207 yang berarti jika kemudahan penggunaan mengalami kenaikan 1% akan menyebabkan minat nasabah meningkat sebesar 20,7%. Jika dilihat dari signifikannya $0,00 <$

0,05, hal ini berarti terdapat pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan *mobile banking* BSI.

Dari hasil statistik maka dapat disimpulkan dengan terdapatnya kemudahan pada *mobile banking* maka akan dapat meningkatkan minat nasabah. Sehingga apabila kemudahan yang diberikan oleh BSI Darussalam itu mudah diakses maka akan mampu meningkatkan minat nasabah.

Sejalan dengan penelitian (Purwati, 2018) berdasarkan hasil jawaban responden dalam penelitian ini nasabah merasa cara penggunaan *mobile banking* mudah dimengerti, kebutuhan pengguna selalu direspon, dan fleksibel artinya mudah digunakan dimana saja dan kapan saja. Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Laksana dkk (2015) yang menyatakan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini menunjukkan persepsi kemudahan yakni sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang besar untuk melakukan transaksi di *mobile banking*.

4.3.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan BSI Mobile Banking

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Setiap transaksi maupun data yang terjadi di *mobile banking* dipercaya oleh responden akan aman dan terjaga

kerahasiaannya sampai riwayat transaksi tersusun dengan rapi. Persepsi kepercayaan bernilai 0,575 yang berarti jika kepercayaan mengalami kenaikan 1% akan menyebabkan minat nasabah meningkat sebesar 57,5%. Jika dilihat dari signifikannya $0,00 < 0,05$, hal ini terdapat pengaruh secara positif dan signifikan kepercayaan terhadap minat penggunaan *mobile banking* BSI.

Dari hasil statistik maka dapat diketahui bahwa kepercayaan yang diperoleh oleh nasabah akan mampu meningkatkan minat dalam penggunaan *mobile banking*. Apabila nasabah mulai mampu mempercayai suatu produk maka minat dalam menggunakan akan menjadi besar, begitu juga sebaliknya apabila nasabah tidak mampu mempercayai pada *mobile banking* tersebut maka minat dari penggunaan teknologi tersebut akan berkurang atau bahkan tidak ada minat dalam menggunakan *mobile banking*.

Sejalan dengan penelitian (Rahayu, 2019) menunjukkan bahwa ada pengaruh secara positif dan signifikan antara persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan *mobile banking*, artinya semakin tinggi tingkat kepercayaan maka minat nasabah pada penggunaan *mobile banking* semakin meningkat pula. Hasil ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Tjini & Zaki, 2013) yang menyatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

4.3.4 Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan BSI *Mobile Banking*

Hasil output uji simultan di atas diperoleh nilai F hitung sebesar 142.946 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan tingkat signifikansi 5% dan $df_1 (N_1) = k-1 (4-1) = 3$ dan $df_2 (N_2) = n-k (100-4) = 96$ sehingga diperoleh F_{tabel} sebesar 2.70 yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($142.946 > 2.810$) maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen yaitu manfaat (X_1), kemudahan (X_2) dan kepercayaan (X_3) memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan *mobile banking* (Y).

Berdasarkan hasil output uji koefisien determinasi (R^2) di atas diperoleh hasil sebesar 0,904, yang berarti bahwa hubungan variabel independen dengan variabel dependen sangat kuat. Nilai R-Square diperoleh 0,817 yang menunjukkan bahwa variabel manfaat (X_1), kemudahan penggunaan (X_2) dan kepercayaan (X_3) sebesar 81,7%, sedangkan sisanya sebesar 18,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti keamanan, kenyamanan, kegunaan, dan lain sebagainya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2019) dan Laksana dkk (2015) yaitu manfaat, kemudahan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat dalam penggunaan *mobile banking*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* (studi pada BSI kantor cabang darussalam) maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.
2. Variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.
3. Variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

5.2 Saran

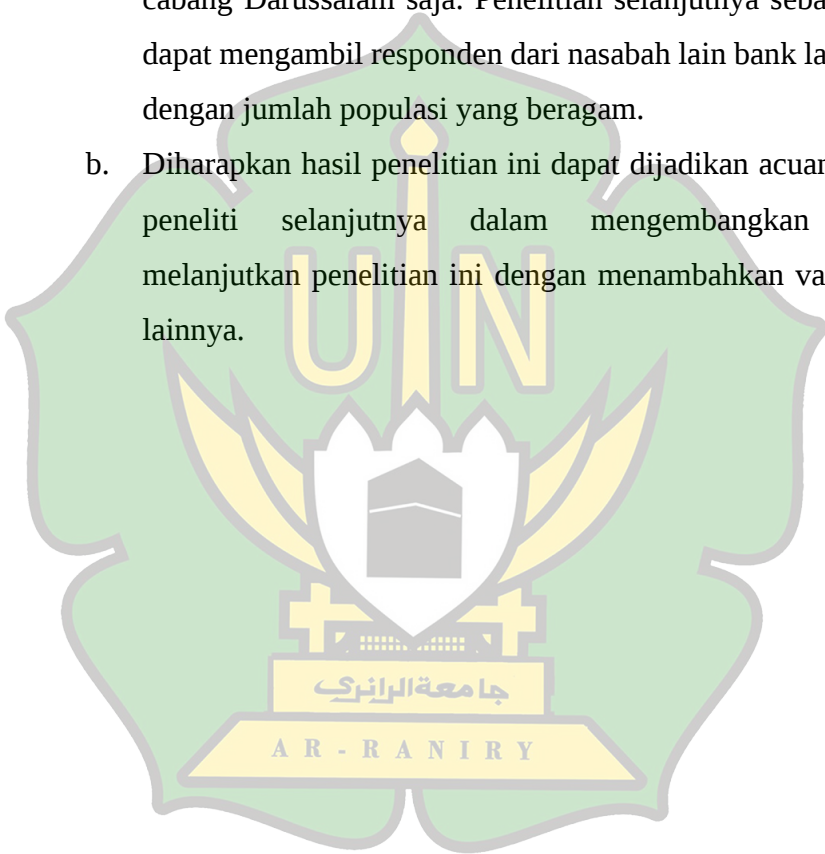
Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diujikan maka akhir dari kajian ini penulis menyampaikan beberapa saran:

1. Bagi BSI cabang Darussalam
 - a. Diharapkan BSI cabang Darussalam dapat memberikan sosialisasi mengenai manfaat dan penggunaan *Mobile Banking*, agar nasabah paham dengan seksama bahwa banyak manfaat yang diperoleh saat menggunakan *Mobile Banking*.
 - b. Diharapkan pihak BSI cabang Darussalam dapat selalu mengupdate fitur-fitur yang dibutuhkan oleh nasabah,

karena dengan kelengkapan fitur – fitur ini akan mempermudah nasabah dalam mendukung aktivitasnya

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Penelitian ini hanya mengambil responden nasabah BSI cabang Darussalam saja. Penelitian selanjutnya sebaiknya dapat mengambil responden dari nasabah lain bank lainnya dengan jumlah populasi yang beragam.
- b. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan dan melanjutkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, R. (2017). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri. Jakarta. *Skripsi UIN Syarif Hidayatullah*.
- Amanullah, B. (2014). Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking (Survei Pada Nasabah Bank BCA Semarang). Semarang. *Skripsi Universitas Diponegoro*.
- Arikunto, & Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Aurefanda, V. (2019). Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam). Banda Aceh. *Skripsi UIN Ar-raniry*.
- Bank Syariah Indonesia. (2021, September 09). *Tentang Kami*. Retrieved from Bank Syariah Indonesia: <https://www.bankBSI.co.id/company-information/tentang-kami>
- Bhilawa, L. (2010). Analisis Penerimaan Mobile Banking (M-Banking) Dengan Pengalaman (Experience) Sebagai Variabel Eksternal Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Surakarta. *Skripsi Universitas Sebelas Maret*.
- BSI. (2021, Maret). *Bank Syariah Indonesia*. Retrieved from [www.bankBSI.co.id: https://www.bankBSI.co.id/news-update/berita/ojk-restui-bank-syariah-indonesia-kementerian-bumn-launching-legal-merger-bulan-depan](https://www.bankBSI.co.id/news-update/berita/ojk-restui-bank-syariah-indonesia-kementerian-bumn-launching-legal-merger-bulan-depan)
- Bungin, B. (2013). *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi*,

Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen, Dan Pemasaran Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Damastuti, I. E. (2010). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah Dengan Menggunakan Income Statement Approach Dan Value Added Approach (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang). *Skripsi Universitas Diponegoro*.
- Fian, J. A. (2016). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Habibi, M., & Zaky, A. (2014). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Universitas Brawijaya*.
- Hadi, S., & Novi. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis OPTIMUM*.
- Hapsara, R. F. (2015). Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank BRI Kantor Cabang Solo Kartasura). *Naskah Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah*.
- Harlan, D. M. (2014). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Resiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking*. Yogyakarta.
- Himawati, R. R. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus

- pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Syariah Solo). Jawa Tengah. *Skripsi IAIN Salatiga*.
- Indrawan, R., & Yaniawati, R. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Jakarta: Rafika Aditama.
- Jogiyanto. (2008). *Analisis Dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori Dan Praktek Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Kurniawati, H. A., Winarmo, W. A., & Arif, A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*.
- Laksana, & Giga Bawa dkk. (2015). Pengaruh Persepsi kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 26, No 2.
- Laksmana, Y. (2009). Tanya Jawab: Cara Mudah Mendapatkan Pembiayaan. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ledesman, M. (2018). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Melakukan Transaksi Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya). Lampung. *Skripsi UIN Raden Intan*.
- Lemeshow, S., Hosmer J, D. W., Klar, J., & L wanga, S. K. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta.
- Moleong, L. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Najib, M. A. (2017). Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah. *Jurisprudence*, Vol. 7 No. 1.

- Nanda, D. Y. (2020). *Pengaruh Kemanfaatan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking BNI Di Medan*. Medan.
- Nasution. (2012). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Notoatmodjo, S. (2003). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- OJK. (2021, April 29). *Otoritas Jasa Keuangan*. Retrieved from www.ojk.go.id: <https://www.ojk.go.id/id/Default.aspx#>
- Purwati, N. A. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah (Studi Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh). Banda Aceh. *Skripsi UIN Ar-raniry*.
- Rahayu, P. P. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta). Yogyakarta. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*.
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money : Integrasi Model TAM – TPB dengan Perceived Risk. *JURNAL NOMINAL. A N I R Y*
- Riswandi, B. A. (2005). *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Romadhoniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-money Pada Bank BRI Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*.

- Rusfianto, M., Widiartanto, & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan Internet Banking (Studi Komparasi Pada Nasabah Penggunaan Internet Banking Bank Mandiri Semarang Berdasarkan Tingkat Pendapatan). *Skrispsi Universitas Diponegoro*.
- Santoso, S. (2018). *Statistik Multivariant*. Medan: Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sutabri, T. (2016). *Sistem Informasi Manajemen (Edisi Revisi). Edisi Kedua. Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Andi.
- Tjini, S., & Zaki, B. (2013). Pengaruh kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. Malang. *Skrispsi Universitas Brawijaya*.
- Wulandari, N. P., & Moeliono, N. K. (2017). Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking Di Bandung. *Bisnis Dan Iptek*.

LAMPIRAN 1

Kepada Yth.

Nasabah *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia KC Darussalam

Di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Sehubungan dengan proses penyelesaian karya ilmiah (skripsi). Saya dari jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh dengan judul **PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING (Studi Pada BSI Kantor Cabang Darussalam)**, saya:

Nama : Duwi Purnomo

NIM : 170603204

Jurusan : Perbankan Syariah

Saya meminta ketersediaan nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia KC Darussalam untuk mengisi kuisioner penelitian dan pengumpulan data dengan sejujurnya. Seluruh data dan informasi yang diberikan responden akan dijaga kerahasiaannya sesuai kode etik. Sebelum dan sesudahnya saya mengucapkan banyak terimakasih atas perhatian, waktu dan kerja sama Anda. *Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*√

Hormat saya,

Duwi Purnomo

KUISIONER PENELITIAN
PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT NASABAH
MENGGUNAKAN LAYANAN *MOBILE BANKING* (Studi
Pada BSI Kantor Cabang Darussalam)

A. KARAKTERISTIK RESPONDEN

2. Nama:

3. Jenis Kelamin:

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

4. Umur:

☐ < 20 tahun

☐ 20-30 tahun

☐ 30-40 tahun

☐ 30-41 > 40 tahun

5. Pendidikan Terakhir:

☐ Strata-1 (S1)

☐ Strata-2 (S2)

☐ Akademi/Diploma

☐ Strata-3 (S3)

☐ SMA

☐ SMP

5. Pekerjaan:

☐ Pelajar/mahasiswa

☐ Wiraswasta

☐ PNS

☐ Karyawan Swasta

☐ Lainnya

6. Penghasilan Perbulan ☐ < 1.000.000
- ☐ < 3.000.000
- ☐ < 5.000.000
- ☐ < 7.000.000
- ☐ < 10.000.000
- ☐ < 15.000.000

B. PETUNJUK PENGISIAN

Silahkan Anda pilih jawaban yang menurut Anda paling sesuai dengan kondisi yang anda alami atau rasakan, dengan cara memberikan (√) pada pilihan jawaban yang tersedia dari mulai skala 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai 5 (Sangat Setuju).

Keterangan: STS = Sangat Tidak Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

SS = Sangat Setuju

N = Netral

C. PERTANYAAN

Manfaat (X1)						
No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Mempermudah saya (dengan adanya <i>m-banking</i>)					

	tidak harus ngantri ke bank untuk melakukan transaksi)					
2.	Menambah produktifitas dan efektifitas saya dalam bekerja (dengan adanya <i>m-bankung</i> yang dalam hitungan detik bisa selesai bertransaksi, tidak menghabiskan waktu saya)					
3.	Mempertinggi efisiensi dalam melakukan transaksi (missal: membayar tagihan listrik, top-up e- commerce, beli pulsa, dll)					
4.	Mempercepat pekerjaan saya (dengan adanya <i>m-banking</i> tidak menguras waktu saya untuk mengantri ke bank dalam melakukan transaksi)					
5.	Meningkatkan kinerja saya (dengan adanya <i>m-banking</i> semakin meningkatkan kinerja)					
6.	Sangat bermanfaat untuk saya (sitem <i>m-banking</i> sangat bermanfaat dalam pekerjaan)					

Kemudahan (X2)						
No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	<i>m-banking</i> jelas dan mudah dimengerti cara penggunaannya					
2.	Dapat bertransaksi dimana saja dan kapan saja dengan <i>m-banking</i>					
3.	Saya dapat mengendalikan <i>m-banking</i> dengan baik					
4.	<i>m-banking</i> sangat fleksibel untuk digunakan					
5.	Dengan menggunakan <i>m-banking</i> dapat meningkatkan ketrampilan dalam menggunakannya					
6.	Sangat mudah dalam menggunakan <i>m-banking</i>					

Kepercayaan (X3)						
No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Pelayanan <i>m-banking</i> yang dengan segera, akurat, dan memuaskan saya.					
2.	<i>M-banking</i> menjadi solusi terbaik di era teknologi sekarang ini.					

3.	Mekanisme operasional transaksi <i>m-banking</i> yang jujur dan dapat saya percaya.					
----	---	--	--	--	--	--

Minat (Y)						
No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya merasa senang dengan layanan <i>m-banking</i> .					
2.	Saya merasa puas dan ingin seterusnya menggunakan layanan <i>m-banking</i> .					
3.	Saya lebih berkeinginan untuk terus menggunakan layanan <i>m-banking</i> dibanding dengan layanan lainnya.					

Lampiran 2: Jawaban Responden

No	Manfaat (X1)					
	M1	M2	M3	M4	M5	M6
1	5	5	5	5	4	4
2	5	4	5	4	5	5
3	4	5	4	5	4	5
4	5	5	4	5	4	5
5	3	3	3	3	3	3
6	5	4	5	5	4	4
7	5	5	3	3	3	4
8	5	5	5	5	5	5
9	4	4	4	5	4	4

10	5	5	5	5	5	5
11	4	4	3	4	4	3
12	5	4	3	2	5	4
13	5	4	5	4	5	4
14	5	4	4	5	4	4
15	5	3	3	3	3	3
16	5	5	4	5	3	4
17	4	4	4	4	4	4
18	5	5	5	5	5	5
19	4	4	3	4	3	4
20	4	4	3	4	4	3
21	2	2	2	2	2	3
22	4	4	4	4	4	4
23	2	2	2	2	2	3
24	3	4	5	5	4	3
25	5	5	5	5	5	4
26	5	5	5	5	4	5
27	1	2	3	4	3	3
28	4	4	4	3	3	4
29	4	5	4	5	5	5
30	5	5	5	5	4	5
31	5	5	5	5	4	5
32	5	5	4	5	4	4
33	4	5	5	4	4	3
34	5	4	3	4	3	4
35	5	4	3	4	3	4
36	5	5	5	5	5	5
37	5	3	4	4	3	3
38	3	3	3	3	4	4
39	3	3	3	3	3	3
40	3	3	3	3	3	3
41	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5

43	3	4	3	4	3	3
44	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	4	5
46	5	4	5	5	5	4
47	5	5	5	5	5	5
48	5	4	5	5	5	4
49	5	5	5	5	4	3
50	4	4	4	5	3	5
51	5	5	5	5	5	5
52	3	3	3	3	3	3
53	3	3	3	4	3	3
54	4	4	4	5	5	5
55	5	5	5	5	5	5
56	2	3	1	4	4	3
57	3	3	3	4	3	4
58	4	5	3	4	5	4
59	4	4	5	4	4	5
60	4	4	4	4	4	4
61	5	5	5	5	5	5
62	5	5	5	5	5	5
63	5	5	5	5	5	5
64	5	5	4	5	5	5
65	4	5	4	4	4	5
66	3	3	4	3	3	3
67	3	3	3	3	3	3
68	3	4	3	4	3	3
69	4	5	4	5	4	5
70	5	4	3	3	2	2
71	5	5	4	4	5	5
72	4	5	5	4	3	4
73	4	4	4	4	4	4
74	4	4	4	4	4	4
75	5	5	5	5	5	5

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

No	Kemudahan Penggunaan (X2)					
	K1	K2	K3	K4	K5	K6
1	5	5	4	5	5	5
2	4	5	4	5	4	5
3	5	4	5	3	3	5
4	4	5	3	4	5	5
5	3	3	3	3	3	3

6	4	4	3	4	4	4
7	5	4	4	3	3	3
8	5	5	5	5	5	5
9	4	4	4	4	3	4
10	5	5	5	5	5	5
11	3	2	3	4	3	3
12	4	5	3	3	3	5
13	5	4	5	4	5	4
14	4	5	4	4	4	5
15	3	5	3	3	3	3
16	4	5	4	4	3	5
17	4	3	5	4	4	4
18	4	5	4	4	5	4
19	5	5	3	4	3	4
20	4	5	4	3	4	4
21	2	1	1	2	2	3
22	4	4	4	4	4	4
23	2	1	1	2	2	3
24	3	4	5	5	4	3
25	5	5	4	4	4	5
26	5	5	5	5	5	5
27	2	2	3	3	3	4
28	4	4	5	5	4	5
29	5	5	5	5	5	5
30	3	5	5	5	5	5
31	4	5	5	5	5	5
32	4	4	3	4	4	4
33	3	5	4	4	3	4
34	5	5	3	3	4	5
35	4	5	4	3	4	5
36	5	5	5	5	5	5
37	4	4	4	4	3	4
38	4	4	4	4	1	4

39	3	3	3	3	3	3
40	3	3	3	3	3	3
41	5	5	4	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5
43	3	3	3	3	3	3
44	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	4	5
46	4	4	4	4	4	4
47	5	5	5	5	5	5
48	4	4	4	4	4	4
49	4	5	4	4	4	5
50	4	4	4	4	4	4
51	5	5	5	5	5	5
52	3	3	3	3	3	3
53	3	3	2	3	3	3
54	4	4	4	5	5	3
55	5	5	4	4	4	3
56	3	3	4	3	3	3
57	4	4	4	4	4	4
58	4	5	3	5	4	3
59	4	4	4	3	3	3
60	4	4	4	4	4	4
61	5	5	5	5	5	5
62	5	5	5	5	5	5
63	5	5	5	5	5	5
64	5	5	5	5	5	4
65	4	4	5	4	4	5
66	3	3	3	3	3	3
67	3	3	3	3	3	3
68	3	3	3	3	3	4
69	4	4	4	4	5	5
70	2	3	3	2	3	4
71	4	4	4	4	4	4

72	4	5	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4	4
74	3	4	4	4	4	4
75	5	5	5	5	5	5
76	5	5	5	5	5	5
77	4	4	4	4	4	4
78	4	4	4	4	4	4
79	4	5	4	5	3	5
80	4	5	4	4	3	4
81	4	4	4	4	3	5
82	3	3	4	4	3	4
83	3	5	4	3	4	4
84	5	5	5	5	4	5
85	3	2	2	3	1	3
86	5	5	4	4	5	4
87	3	4	3	3	4	3
88	5	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	4	5
91	5	5	5	5	5	5
92	3	4	3	4	4	3
93	3	5	5	5	5	5
94	3	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5
96	4	5	4	4	5	5
97	5	5	4	5	4	4
98	4	5	4	4	4	4
99	5	5	5	5	5	5
100	5	5	5	5	5	5

No	Kepercayaan (X3)		
	H1	H2	H3
1	5	5	5
2	3	5	5
3	3	5	5
4	5	5	4
5	3	3	3
6	5	5	4
7	3	3	3
8	5	5	5
9	4	4	3
10	5	5	5
11	3	4	4
12	3	4	3
13	5	5	3
14	4	4	4
15	3	3	3
16	4	2	4
17	3	4	3
18	5	5	5
19	4	5	5
20	4	4	4
21	2	2	2
22	4	4	4
23	2	2	2
24	3	4	5
25	5	5	5
26	5	5	5
27	4	4	2
28	3	5	5
29	5	5	5
30	5	5	5
31	4	5	5

32	5	5	4
33	4	4	5
34	5	4	5
35	5	4	5
36	5	5	5
37	3	5	3
38	4	5	5
39	4	3	3
40	3	3	3
41	5	5	5
42	5	5	5
43	3	3	3
44	5	5	5
45	5	5	5
46	5	4	4
47	5	5	5
48	5	4	4
49	4	5	5
50	4	5	4
51	5	5	5
52	2	2	2
53	4	3	5
54	5	5	5
55	4	2	3
56	3	3	3
57	4	4	4
58	4	5	3
59	4	4	3
60	4	4	4
61	5	5	5
62	5	5	5
63	5	5	5
64	4	5	5

65	5	5	4
66	3	3	3
67	3	3	3
68	3	3	3
69	5	5	4
70	3	2	2
71	4	4	4
72	4	5	3
73	4	4	4
74	4	4	4
75	5	5	5
76	5	4	4
77	3	3	3
78	4	3	3
79	3	4	4
80	4	5	4
81	4	4	4
82	4	4	3
83	3	4	4
84	4	4	4
85	3	2	3
86	5	5	5
87	3	4	4
88	4	5	5
89	4	4	5
90	4	4	4
91	5	5	5
92	4	4	4
93	3	5	5
94	4	5	5
95	5	5	5
96	4	4	4
97	5	5	5

98	4	4	4
99	5	5	5
100	5	5	5

No	Minat Penggunaan (Y)		
	Y1	Y2	Y3
1	5	5	5
2	5	4	3
3	3	5	3
4	5	5	4
5	3	3	3
6	4	4	4
7	3	3	3
8	5	5	5
9	4	4	3
10	5	5	5
11	3	4	4
12	5	3	3
13	5	3	5
14	5	4	5
15	4	5	3
16	4	3	3
17	4	4	4
18	5	5	5
19	4	4	5
20	4	4	4
21	3	2	2
22	4	4	4
23	3	2	2
24	5	4	3
25	5	5	5
26	5	5	5
27	4	3	3

28	5	4	4
29	5	5	5
30	5	5	5
31	4	5	4
32	3	5	4
33	5	5	4
34	5	4	4
35	5	4	3
36	5	5	5
37	3	3	3
38	5	5	5
39	3	3	3
40	3	3	3
41	5	5	5
42	5	5	5
43	4	3	3
44	5	5	5
45	5	5	5
46	4	4	4
47	5	5	5
48	4	4	4
49	4	4	3
50	4	4	4
51	5	5	3
52	2	2	2
53	5	4	3
54	5	5	5
55	2	4	4
56	3	4	4
57	4	4	4
58	5	4	3
59	4	4	3
60	4	4	4

61	5	5	5
62	5	5	5
63	5	5	5
64	5	4	5
65	4	5	4
66	3	3	3
67	3	3	3
68	3	3	3
69	5	4	4
70	3	2	5
71	4	3	5
72	4	3	4
73	4	4	4
74	4	4	4
75	5	5	5
76	5	4	5
77	4	3	4
78	4	4	4
79	5	4	4
80	4	4	4
81	4	3	4
82	3	3	3
83	4	5	4
84	4	4	4
85	3	3	2
86	5	4	5
87	3	3	3
88	5	5	5
89	5	4	5
90	4	4	4
91	5	5	4
92	3	4	3
93	5	5	3

94	5	5	4
95	5	5	5
96	4	4	4
97	4	4	4
98	4	4	4
99	5	5	5
100	5	5	5

Lampiran 3: Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	52	52%
Perempuan	48	48%
Jumlah	100	100%

Umur	Frekuensi	Persentase
< 20 tahun	13	13%
20-30 tahun	84	84%
31-41 tahun	-	-
>40 tahun	3	3%
Jumlah	100	100%

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
Strata-3	-	-
Strata-2	1	1%
Strata-1	49	49%
Akademi/Diploma	6	6%
SMA	44	44%
SMP	-	-
Jumlah	100	100%

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Mahasiswa	33	33%
Wiraswasta	7	7%
PNS	1	1%
Karyawan swasta	28	28%
Lainnya	31	31%
Jumlah	100	100%

Penghasilan perbulan	Frekuensi	Persentase
< 1.000.000	56	56%
< 3.000.000	31	31%
< 5.000.000	7	7%
< 7.000.000	6	6%
< 10.000.000	-	-
< 15.000.000	-	-
Jumlah	100	100%

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan/ item	r tabel	Pearson Correlation (r hitung)	Keterangan
Manfaat (X1)	M1	0.198	0,820	Valid
	M2		0,878	
	M3		0,855	
	M4		0,829	
	M5		0,805	
	M6		0,841	
Kemudahan (X2)	K1	0.198	0,833	Valid
	K2		0,867	
	K3		0,880	
	K4		0,873	
	K5		0,844	
	K6		0,808	
Kepercayaan (X3)	O1	0.198	0,854	Valid
	O2		0,904	
	O3		0,893	
Minat Penggunaan (Y)	P1	0.198	0,867	Valid
	P2		0,868	
	P3		0,856	

Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Manfaat (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.914	.915	6

2. Uji Reliabilitas Kemudahan Penggunaan (X2)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.923	.924	6

3. Uji Reliabilitas Kepercayaan (X3)

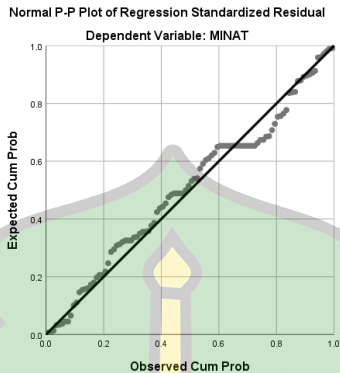
Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.860	.860	3

4. Uji Reliabilitas Minat Penggunaan (Y)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.829	.829	3

Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik

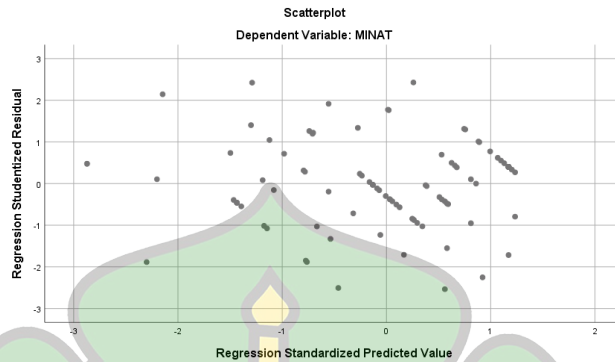
1. Hasil Uji Normalitas



2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.648	.585		2.817	.006		
	MANFAAT	-.062	.051	-.120	-1.224	.224	.197	5.086
	KEMUDAHAN	.207	.055	.423	3.783	.000	.153	6.552
	KEPERCAYAAN	.575	.075	.625	7.705	.000	.290	3.451
a. Dependent Variable: MINAT								

3. Hasil Uji Heterokedastisitas



Lampiran 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.648	.585		2.817
	MANFAAT	-.062	.051	-.120	.224
	KEMUDAHAN PENGGUNAAN	.207	.055	.423	.000
	KEPERCAYAAN	.575	.075	.625	.000
a. Dependent Variable: MINAT					

Lampiran 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.904 ^a	.817	.811	.95692
a. Predictors: (Constant), MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN,				
b. Dependent Variable: MINAT				

Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.648	.585		2.817	.006
	MANFAAT	-.062	.051	-.120	-1.224	.224
	KEMUDAHAN PENGGUNAAN	.207	.055	.423	3.783	.000
	KEPERCAYAAN	.575	.075	.625	7.705	.000

a. Dependent Variable: MINAT

2. Hasil Uji f (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	392.684	3	130.895	142.946	.000 ^b
	Residual	87.906	96	.916		
	Total	480.590	99			

a. Dependent Variable: MINAT

b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, MANFAAT, KEMUDAHAN