

**SKRIPSI**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN  
PENGUNAAN DAN KEMANFAATAN TERHADAP  
PENGUNA *ACTION MOBILE* PADA PT. BANK ACEH  
SYARIAH**



**Disusun Oleh:**

**AGNES ALIFKHA YUZA RACHMAYANIS  
NIM. 180603113**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2023 M/1444H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agnes Alifkha Yuza Rachmayanis  
NIM : 180603113  
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, 11 April 2023

Yang Menyatakan



**Agnes Alifkha Yuza Rachmayanis**

## PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk Menyelesaikan  
Program Studi Perbankan Syariah

Dengan Judul:

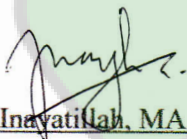
**Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan  
Kemanfaatan Terhadap Pengguna *Action Mobile* Pada PT.  
Bank Aceh Syariah**

Disusun Oleh:

Agnes Alifkha Yuza Rachmayanis  
NIM. 180603113

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,



Inayatiqah, MA., Ek  
NIP.198208042014032002

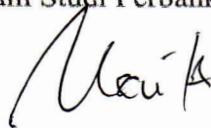
Pembimbing II,



Rika Mulia, MBA  
NIP.198906032020122013

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah,



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

## PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Agnes Alifkha Yuza Rachmayanis  
NIM. 180603113

Dengan Judul:

### **Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Kemanfaatan Terhadap Pengguna *Action Mobile* Pada PT. Bank Aceh Syariah**

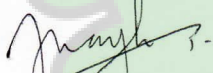
Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk  
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang  
Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Jumat, 14 April 2023 M  
23 Ramadhan 1444 H

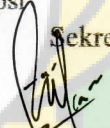
Banda Aceh

Dewan Penguji Sidang Skripsi

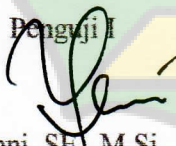
Ketua

  
Inayatullah, MA., Ek  
NIP.198208042014032002

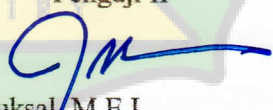
Sekretaris

  
Rika Mulia, MBA  
NIP.198906032020122013

Penguji I

  
Evriyenni, SE, M.Si., CTT  
NIDN.2013048301

Penguji II

  
Muksal, M.E.I  
NIP.199909002202121008

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

  
Dr. Hafas Furqani, M.Ec.  
NIP.198006252009011009



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

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

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

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Agnes Alifkha Yuza Rachmayanis  
NIM : 180603113  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
E-mail : [18060113@student.ar-raniry.ac.id](mailto:18060113@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 Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Kemanfaatan Terhadap Pengguna Action Mobile Pada PT. Bank Aceh Syariah**

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 memublikasikannya 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 : 11 April 2023

Mengetahui,

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II

Agnes Alifkha YR  
NIM: 180603113

Inayatillah, MA.,Ek  
NIP. 198208042014032002

Rika Mulia, MBA  
NIP.198906032020122013

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur kepada Allah SWT, atas berkat dan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul "*Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Kemanfaatan Terhadap Pengguna Action Mobile Pada PT. Bank Aceh Syariah*" 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 sajian 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. Hafas Furqani, 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 Inayatillah, MA., EK selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah. Serta Mukhlis, SH.I.,S.E, M.H., selaku staf akademik yang telah banyak membantu.
3. Hafizh Maulana, SP.,S.HI.,ME selaku ketua Laboratorium, serta staf Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang telah memberikan arahan dalam menulis skripsi ini
4. Inayatillah, MA.,Ek sebagai pembimbing I yang telah banyak membantu penulis, memberikan waktu pemikiran serta pengarahan yang sangat baik berupa saran dan bimbingan terhadap skripsi ini.
5. Rika Mulia, MBA sebagai pembimbing II yang telah banyak membantu penulis, memberikan waktu pemikiran serta pengarahan yang sangat baik berupa saran dan bimbingan terhadap skripsi ini.
6. Evriyenni, SE., M.Si., CTT selaku penguji I dan Muksal, M.E.I selaku penguji II yang telah membantu jalannya sidang dan memberikan pemikiran atas skripsi ini.
7. Teristimewa untuk Ayahanda Yulizar dan Ibunda Neli Heriani dan adik-adik tercinta Athaya, Azza dan Alwafi, yang telah memberikan semangat dan dukungan doa yang tak henti-hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini, serta.



8. Teruntuk sahabat-sahabat saya Riska, Risma, Nurul, Sifa, Syarifah, Yudid yang telah menemani indahnya perjuangan meraih sarjana. Dan teruntuk sahabat-sahabat SMA saya (Salsa, Yelsa, Syahnaz, Hanifa, Titi, Ola, Mutia, Ayu, Nurul) yang telah memberi semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Teruntuk diri sendiri, Agnes Alifkha Yuza Rachmayanis yang sudah tetap kuat berdiri di kaki sendiri dan tak pernah memutuskan untuk menyerah walau sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini. Serta seluruh pihak yang telah tulus ikhlas membantu, memberikan doa, dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Bantuan tersebut peneliti serahkan kepada Allah SWT untuk memberi balasan dan pahala yang lebih baik lagi.

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.  
*Aamiin yaa Rabbal 'Alamin...*

Banda Aceh, 11 April 2023

Penulis

Agnes Alifkha Yuza Rachmayanis

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN**  
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor:158 Tahun1987 –Nomor:0543 b/u/1987

**1. Konsonan**

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

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

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

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

### b. Vokal Rangkap

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

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

Contoh:

*kaifa*: كيف

هول: *haura*

### 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
أِي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يِي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

*qāla* : قَالَ  
*ramā*: رَمَى  
*qīla*: قِيلَ  
*yaqūlu*: يَقُولُ

### 4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة)hidup

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

b. *Ta marbutah* (ة) mati

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

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

Contoh:

*raudāh al-atfāl/ raudatul atfāl* : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ  
*al-Madīnah al-Munawwarah/* : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ  
*al-Madīnatul Munawwarah*  
*Ṭalḥah* : طَلْحَة

**Catatan:  
Modifikasi**

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

## ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Agnes Alifkha Yuza Rachmayanis NIM  
: 180603113  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan  
Syariah  
Judul : Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan  
Penggunaan Dan Kemanfaatan  
Terhadap Pengguna *Action Mobile*  
Pada PT. Bank Aceh Syariah  
Pembimbing I : Inayatillah, MA.,Ek  
Pembimbing II : Rika Mulia, MBA

Bank Aceh Syariah telah meluncurkan layanan *electronic banking* nya yaitu aplikasi *mobile banking* yang diberi nama *Action Mobile (Aceh Transaksi Online)*. Nasabah dapat memanfaatkan aplikasi ini dalam melakukan aktivitas-aktivitas yang dapat memudahkan lalu lintas keuangannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan kemanfaatan terhadap pengguna *Action Mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan *non probability sampling* bahwa setiap anggota populasi memiliki peluang nol dengan *purposive sampling* atau penentuan sampel yang telah ditentukan kriteria. Jumlah responden pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Hasil dari penelitian ini adalah kepercayaan, kemudahan penggunaan dan kemanfaatan secara parsial memiliki pengaruh terhadap pengguna *Action Mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah. Selain itu kepercayaan, kemudahan penggunaan dan kemanfaatan berpengaruh secara simultan terhadap pengguna *Action Mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah.

**Kata Kunci:** *Kepercayaan, Kemudahan, Kemanfaatan, Mobile Banking*

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>12</b>
2.1 Bank Syariah .....	12
2.1.1 Definisi Bank Syariah .....	12
2.1.2 Produk dan Jasa .....	14
2.2 Mobile Banking.....	21
2.2.1 Pengertian <i>Mobile Banking</i> .....	21
2.2.2 Kelebihan dan Kekurangan <i>Mobile Banking</i> .....	23
2.2.4 Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Terhadap <i>Mobile Banking</i> .....	25
2.3 Technology Acceptance Model (TAM) .....	27
2.4 Kepercayaan .....	31
2.4.1 Definisi Kepercayaan .....	31
2.4.1 Indikator Kepercayaan .....	32
2.5 Kemudahan.....	33

2.5.1	Definisi Kemudahan.....	33
2.5.2	Indikator Kemudahan.....	34
2.6	Kemanfaatan.....	37
2.6.1	Definisi Kemanfaatan.....	37
2.6.2	Indikator Kemanfaatan.....	38
2.7	Pengguna .....	39
2.7.1	Pengertian Pengguna .....	39
2.7.2	Indikator Pengguna .....	40
2.8	Penelitian Terdahulu.....	40
2.9	Hubungan Antar Variabel .....	45
2.9.1	Hubungan Antar Kepercayaan Terhadap Pengguna .....	45
2.9.2	Hubungan Antar Kemudahan Penggunaan Terhadap Pengguna .....	46
2.9.3	Hubungan Antar Manfaat Terhadap Pengguna .....	47
2.10	Kerangka Berfikir.....	48
2.11	Hipotesis.....	49
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>50</b>
3.1	Desain Penelitian.....	50
3.2	Populasi dan Sampel .....	50
3.2.1	Populasi .....	50
3.2.2	Sampel.....	51
3.3	Definisi dan Operasional Variabel .....	52
3.4	Teknik Pengumpulan data .....	55
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	58
3.6	Uji Asumsi Klasik .....	59
3.6.1	Uji Normalitas .....	59
3.6.2	Uji Multikolinieritas .....	60
3.6.3	Uji Heteroskedastisitas.....	61
3.7	Uji Regresi Linear Berganda.....	61
3.8	Pengujian Hipotesis.....	62
3.8.1	Uji Parsial (Uji t).....	63
3.8.2	Uji Simultan (Uji F) .....	63
3.8.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	64
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65</b>



4.1	Gambaran PT. Bank Aceh Syariah.....	65
4.1.1	Sejarah PT. Bank Aceh Syariah .....	65
4.1.2	Visi dan Misi .....	68
4.1.3	<i>Action Mobile Banking</i> .....	69
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden .....	71
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	72
4.2.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	73
4.2.4	Responden Berdasarkan Lama Penggunaan .....	74
4.3	Deskripsi Variabel.....	75
4.3.1	Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	76
4.3.2	Deskripsi Variabel Kemudahan Penggunaan .....	77
4.3.3	Deskripsi Variabel Kemanfaatan .....	78
4.3.4	Deskripsi Variabel Pengguna .....	79
4.3	Uji Instrumen.....	80
4.3.1	Hasil Uji Validitas .....	80
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	81
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	82
4.4.1	Hasil Uji Normalitas.....	82
4.4.2	Hasil Uji Multikolinieritas .....	83
4.4.3	Hasil Uji Heterokedastisitas .....	84
4.5	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	85
4.6	Hasil Uji Hipotesis .....	87
4.6.1	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	87
4.6.2	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	89
4.6.3	Uji Determinasi .....	90
4.7	Pembahasan .....	91
4.7.1	Pengaruh Kepercayaan ( $X_1$ ) Terhadap Pengguna <i>Action Mobile</i> Pada PT. Bank Aceh Syariah .....	91
4.7.2	Pengaruh Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ ) Terhadap Pengguna <i>Action Mobile</i> Pada PT. Bank Aceh Syariah.....	92
4.7.3	Pengaruh Kemanfaatan ( $X_3$ ) Terhadap Pengguna <i>Action Mobile</i> Pada PT. Bank Aceh Syariah .....	94
4.7.3	Pengaruh Kepercayaan ( $X_1$ ), Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ ) dan Kemanfaatan ( $X_3$ )	

Terhadap Pengguna <i>Action Mobile</i> Pada PT. Bank Aceh Syariah.....	95
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>95</b>
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran.....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>102</b>

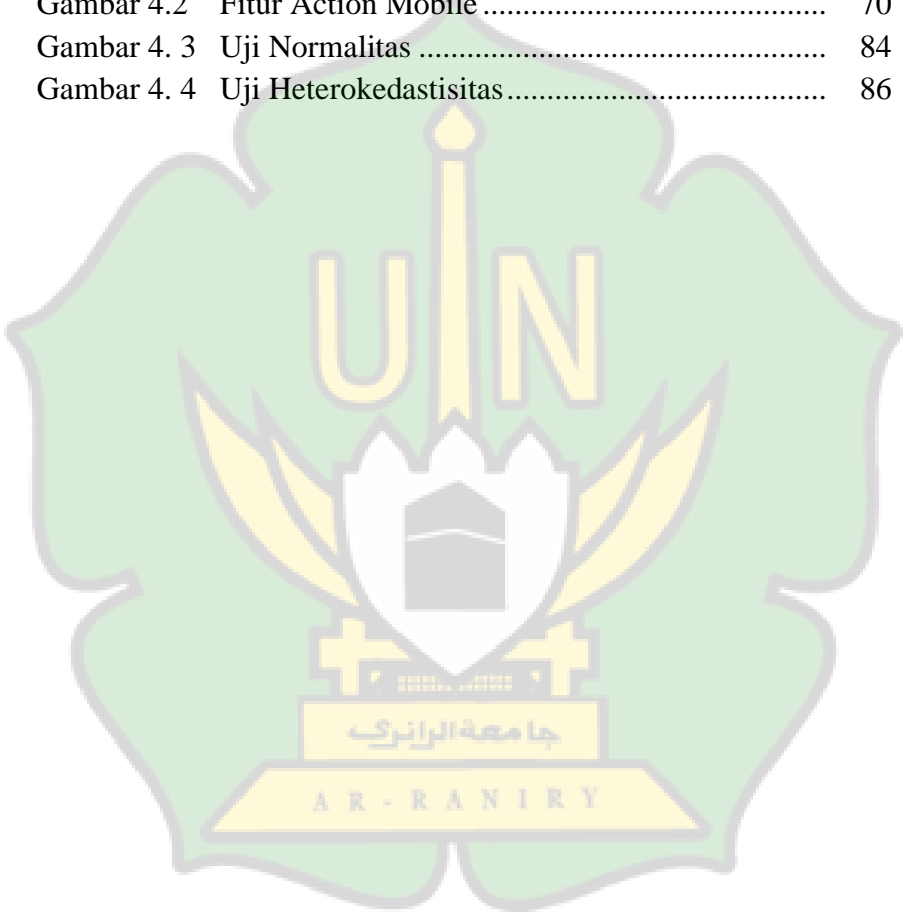


## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu .....	42
Tabel 3. 1	Operasional Variabel.....	53
Tabel 3. 2	Instrumen Skala Likert.....	57
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	72
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Pekerjaan .....	73
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan .....	74
Tabel 4. 5	Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	75
Tabel 4. 6	Deskripsi Variabel Kemudahan Pengguna .....	76
Tabel 4. 7	Deskripsi Variabel kemanfaatan .....	77
Tabel 4. 8	Deskripsi Variabel Pengguna.....	78
Tabel 4. 9	Uji Validitas .....	80
Tabel 4. 10	Uji Reliabilitas .....	81
Tabel 4. 11	Uji Multikolinieritas.....	83
Tabel 4. 12	Uji Regresi Linear Berganda.....	85
Tabel 4. 13	Uji Parsial.....	87
Tabel 4. 14	Uji Simultan .....	89
Tabel 4. 15	Uji Determinasi .....	89

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Teori Penerimaan Teknologi TAM .....	30
Gambar 2. 2	Kerangka Berpikir .....	48
Gambar 4. 1	Action Mobile Banking .....	69
Gambar 4.2	Fitur Action Mobile .....	70
Gambar 4. 3	Uji Normalitas .....	84
Gambar 4. 4	Uji Heterokedastisitas .....	86



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi saat ini Indonesia juga telah mengalami perkembangan ekonomi dan teknologi yang pesat. Teknologi informasi sudah merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting dan bahkan sebagai tuntutan yang mendesak bagi setiap orang untuk menyelesaikan semua permasalahan dengan cepat serta meringankan semua pekerjaannya. Seiring dengan situasi seperti ini, perkembangan teknologi informasi terutama peranan komputer mendapatkan perhatian yang sangat serius. Teknologi informasi ini memberi dampak luar biasa dalam industri jasa termasuk dunia perbankan saat ini. Akhir-akhir ini banyak sekali perubahan pada teknologi informasi, demikian juga di bidang telekomunikasi, perkembangan teknologi semakin hari semakin pesat (Rahmawati & Haq, 2019).

Teknologi informasi saat ini menjadi unsur utama dan turut membantu perkembangan berbagai sektor di Indonesia, termasuk sektor perbankan. Teknologi informasi menjadi salah satu hal yang dominan dan tidak dapat dipisahkan di berbagai sektor kehidupan. Hal ini dapat dilihat dari tingginya jumlah pengguna internet dan *gadget* seperti *smartphone* yang didukung sistem Android dan iOS di berbagai negara, tak terkecuali di Indonesia. Sektor perbankan tentunya paling tidak dapat dipisahkan dari teknologi informasi, bahkan seakan menjadi ketergantungan karena sektor perbankan saat

ini tidak mungkin berjalan tanpa adanya teknologi informasi. Sektor perbankan saat ini harus memudahkan para nasabah mereka dalam mengakses informasi dan melakukan transaksi. Saat ini semua hal dituntut serba praktis, terlebih dalam sektor perbankan sehingga peran teknologi informasi dalam perbankan menjadi penting (Kristianti & Pambudi, 2017).

Saat ini bank telah menyediakan inovasi terbaru yaitu berupa layanan *electronic banking*. *Electronic banking* bertujuan agar mempermudah lalu lintas keuangan nasabah dalam melakukan aktivitas perbankan tanpa harus mendatangi kantor bank secara langsung. Saat ini seluruh lembaga perbankan telah memanfaatkan *electornic banking* untuk memberikan kemudahan bagi nasabahnya (Antasari, 2013). Salah satu layanan *electronic banking* yaitu *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan layanan yang hanya bisa diakses oleh nasabah yang sudah memiliki rekening di bank yang bersangkutan. *Mobile banking* dinilai sangat membantu meningkatkan efisiensi, efektivitas dan produktivitas bagi nasabah yang dinilai memiliki aktivitas yang padat. Tersedia nya layanan *mobile banking* memberikan kemudahan baginasabah dalam bertransaksi tanpa harus mendatangi bank yang bersangkutan. Layanan yang terdapat di *mobile banking* meliputi transfer dana antar bank atau pun bank lain, informasi saldo, mutasi, pembayaran tagihan seperti angsuran, asuransi, rekening listrik, air, telepon, dan lain-lain. *Mobile banking* dinilai sangat membantu kemudahan transaksi bagi para nasabah (Hernandez & David, 2022).

Data dari Bank Indonesia mencatatkan, volume transaksi *mobile banking* mencapai 3,2 miliar sejak awal tahun hingga Mei 2022. Nilai itu mengalami pertumbuhan dari 67,87% yoy dari posisi yang sama tahun lalu sebanyak sebesar 1,90 miliar kali transaksi. Transaksi yang paling banyak digunakan untuk transfer intra bank yang tumbuh dari 76,06% yoy menjadi 2,19 miliar kali. Setelah itu transaksi pembayaran melompat dari 57,20% yoy menjadi 531,43 kali transaksi, sedangkan transaksi antar bank ikut naik dari 47,33% yoy menjadi 474,58 kali (Walfajri, 2022).

Dari data diatas peneliti melakukan observasi terhadap masyarakat yang menggunakan *mobile banking*. Permasalahan penelitian terkait dengan kepercayaan, kemudahan penggunaan dan kemanfaatan dapat dilihat dari hasil observasi yang peneliti lakukan terhadap 10 (sepuluh) masyarakat di Banda Aceh yang sudah menggunakan *mobile banking*. Dari hasil observasi menunjukkan bahwa masyarakat yang menggunakan *mobile banking* merasakan adanya kepercayaan, kemudahan penggunaan dan kemanfaatan dari penggunaan *mobile banking* tersebut. Kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat melakukan pengecekan saldo dan dapat melakukan transaksi setiap saat. Untuk melakukan transaksi tidak perlu keluar rumah, tidak perlu mengantri, hemat waktu, biaya dan tenaga pengguna. Beberapa kemanfaatan yang dirasakan terutama dapat membuat pekerjaan lebih mudah dan cepat terselesaikan. Kemudian ada masyarakat percaya terhadap aplikasi *mobile banking*, dengan saldo yang dalamnya aman dan tidak berkurang sama halnya dengan

kita menabung di buku. Dari 10 orang ada 3 orang ada yang mengalami kesulitan dalam penggunaa *mobile banking* mereka kesulitan dalam menggunakan aplikasinya sehingga mereka memilih untuk melakukan transaksi di bank.

Keberhasilan pemakaian *mobile banking* di Indonesia sebagai bentuk usaha penerapan *cash less society* dapat diteloh dengan teori *Technology Accepted Model* (TAM). TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan sebagai model penerimaan (*acceptance*) pengguna pada suatu sistem informasi. Sesuai dengan TAM, penggunaan sistem (*actual system usage*) paling dipengaruhi oleh minat untuk menggunakan (*behavioral intentions toward usage*). *Behavioral intentions toward usage* dipengaruhi oleh kepercayaan, yaitu persepsi pengguna terhadap kemudahan (*perceived ease of use*) dan menurut Poon kenyamanan dalam penelitian merupakan variabel utama. Salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan individu terhadap penggunaan sistem teknologi, dalam kasus *mobile banking*, adalah *Technology Acceptance Model* (TAM), Model TAM dikembangkan oleh Davis (1986) yang memperkenalkan dua variabel kunci yaitu *perceived usefulness* (persepsi kebermanfaatan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) yang memiliki relevansi untuk memprediksi sikap penerimaan pengguna terhadap teknologi (*Acceptance of IT*) (Rahmawati & Haq, 2019).



Variabel yang pertama yang perlu diamati dalam penggunaan *mobile banking* adalah kepercayaan. Menurut Das dan Teng menyebutkan bahwa kepercayaan sebagai derajat dimana seseorang yang percaya menaruh sikap positif terhadap keinginan baik dan keandalan orang lain yang dipercayanya di dalam situasi yang berubah ubah dan beresiko. Kepercayaan dalam bisnis perbankan merupakan salah satu prinsip utama. Bank harus terus menjaga kepercayaan yang telah nasabah berikan karena berlandaskan kepercayaanlah nasabah menyimpan uangnya di bank dan menggunakan segala produk serta jasa yang disediakan oleh bank tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Mahmudatus Sa'diya dan Nur Aziroh (2013) menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap nasabah muslim pengguna *mobile banking* di Bank Muamalat Indonesia KCP Kudus.

Variabel yang kedua adalah kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Semakin mudah aplikasi *mobile banking* digunakan, maka nasabah akan semakin menggunakannya. Penelitian yang dilakukan oleh Maria Loki Kristianti dan Rilo Pambudi (2017), menyatakan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking* bagi mahasiswa-mahasiswa di DKI Jakarta.

Variabel ketiga adalah kemanfaatan. Menurut Jogianto (2019) mendefinisikan manfaat sebagai tingkatan dimana seseorang

percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja. Jadi manfaat merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan dan secara tidak langsung dapat mempengaruhi penggunaan layanan. Penelitian yang dilakukan oleh Risma Afifah (2017), variabel kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri. Penelitian yang dilakukan oleh Ramayani et al., (2020), variabel kepercayaan, kemudahan dan kemanfaatan dan keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

PT. Bank Aceh Syariah merupakan bank daerah yang telah mengkonversikan diri dari konvensional ke syariah pada tanggal 19 September 2016. Bank Aceh Syariah adalah satu-satunya bank daerah Aceh yang tercatat terbesar kelima di Indonesia. Kini Bank Aceh kembali maju dan berkembang (Bank Aceh, 2018). Bank Aceh Syariah telah meluncurkan layanan *electronic banking* nya yaitu aplikasimobile *banking* yang diberi nama *Action Mobile (Aceh Transaksi Online)*. Nasabah dapat memanfaatkan aplikasi ini dalam melakukan aktivitas-aktivitas yang dapat memudahkan lalu lintas keuangannya. *Mobile Banking Action* menyediakan fitur-fitur seperti melakukan transaksi finansial antar bank, pembayaran zakat, infaq, e-setor, samsat Aceh, pendidikan dan transaksi finansial lainnya. Nasabah juga dapat melakukan transaksi non finansial berupa cek saldo, mutasi rekening, riwayat transaksi dan layanan

khusus untuk muslim seperti jadwal shalat dan kiblat (Action Bank Aceh, 2020).

Layanan *action mobile* pun sebulan setelah diluncurkan mendapat banyak dampak positif akan kepercayaan nasabah menggunakan aplikasi *action mobile*, dengan jumlah *download* aplikasi tersebut mencapai 12.137 *download*, *App Store* 2.040 *download*. Sementara pengguna aplikasi *action mobile* di android 5.901 pengguna, dan di iOS sebanyak 1.388 pengguna. Dengan jumlah transaksi harian paling tertinggi mencapai 4.030.397.194 miliar. Maka hal tersebut menunjukkan antusias masyarakat yang tinggi menggunakan layanan aplikasi *action mobile* (Humas Aceh, 2020).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh dan mendalam tentang pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan kemanfaatan yang diberikan kepada nasabah Bank dalam menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji dan melakukan penelitian ini dan menulisnya dalam sebuah karya ilmiah skripsi dengan judul “ **Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Terhadap Pengguna *Action Mobile* Pada PT. Bank Aceh Syariah** ”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap pengguna *action mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap pengguna *action mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah?
3. Apakah kemanfaatan berpengaruh terhadap pengguna *action mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah?
4. Apakah kepercayaan, kemudahan penggunaan dan kemanfaatan secara simultan berpengaruh terhadap pengguna *action mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, dapat dikemukakan bahwa tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap pengguna *action mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap pengguna *action mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh kemanfaatan terhadap pengguna *action mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan kemanfaatan terhadap pengguna *action mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi yang dapat digunakan sebagai referensi atau pedoman bagi akademisi yang ingin melakukan penelitian selanjutnya.

b. Bagi pihak Bank

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu acuan bagi perbankan dalam merencanakan strategi dimasa yang akan datang untuk mempertahankan keunggulan dari layanan mobile banking serta dapat mengembangkan inovasi baru dengan memperhatikan pengaruh pengguna aplikasi *action mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah.

c. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memperluas dan memperdalam wawasan dibidang perbankan terkait pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan kemanfaatan terhadap pengguna *action mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Dalam penelitian ilmiah harus ditulis secara terarah dan sistematis sesuai dengan aturan baku, agar semua itu terpenuhi penulis menggunakan lima bab untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang berkenaan dalam pelaksanaan penelitian ini. Bab ini juga berisi tentang hasil-hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Selanjutnya juga berisi tentang kerangka berpikir.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

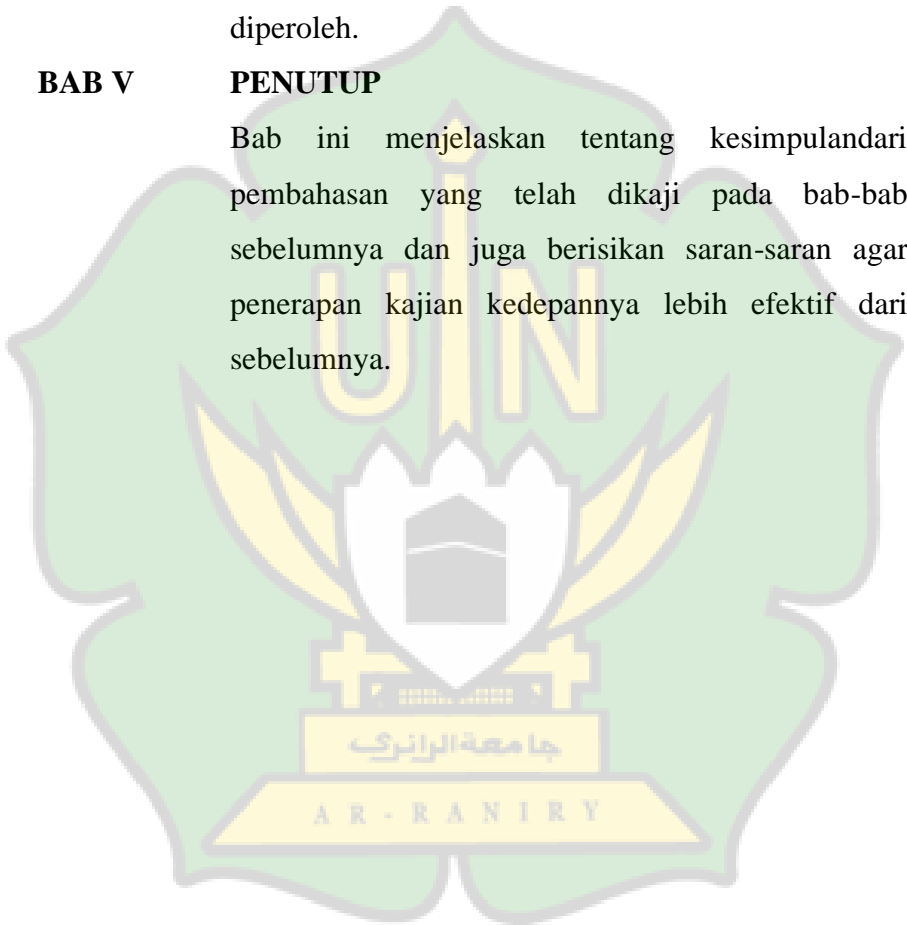
Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, tujuan dan arah penelitian, data dan teknik pemerolehannya, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, uji validitas data dan reliabilitas, variabel penelitian, metode analisis data, pengujian hipotesis.

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

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang berisi tentang gambaran objek penelitian dan membahas hasil penelitian yang diperoleh.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari pembahasan yang telah dikaji pada bab-bab sebelumnya dan juga berisikan saran-saran agar penerapan kajian kedepannya lebih efektif dari sebelumnya.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Bank Syariah**

##### **2.1.1 Definisi Bank Syariah**

Bank Islam atau disebut dengan bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga adalah lembaga perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW. Dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat islam. Bank Syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba. Dengan demikian, penghindaran bunga yang dianggap riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dunia islam dewasa ini (Setia, 2005)

Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif sistem



perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali (Otoritas Jasa Keuangan).

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. Bank Syariah menyalurkan dananya kepada pihak yang membutuhkan dana dalam bentuk akad jual atau kerja sama usaha. Pihak yang menitipkan dana dan pihak memerlukan dana tidak akan dibebankan bunga, tetapi akan mendapatkan imbalan dalam bentuk bagi hasil atau bentuk lainnya yang disahkan dalam syariah islam. Bank Syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Syariah menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Bank umum Syariah (BUS) adalah bank Syariah yang berdiri sendiri sesuai dengan akta pendiriannya dan bukan bagian dari bank konvensional. Contoh bank umum Syariah antara lain Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mega, Bank Syariah Bukopin, dan Bank BCA Syariah. Sedangkan unit usaha Syariah merupakan unit usaha Syariah yang masih di bawah pengelolaan Bank Konvensional. Contoh unit usaha syariah yaitu BNI Syariah, Bank Permata Syariah, dan Bank Danamon Syariah (Ismail, 2011).

## 2.1.2 Produk dan Jasa

### 1. Produk Bank Syariah

Produk perbankan syariah terbagi 3, yaitu produk penghimpunan dana, penyaluran dana dan produk jasa (Burhanuddin, 2010) dalam Afrianty (2019):

#### a. Produk Pendanaan (*funding*)

Penghimpunan dana di bank syariah dapat berbentuk tabungan, giro dan deposito, prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana dari masyarakat adalah menggunakan aqad wadi'ah dan mudharabah.

##### 1) Tabungan

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

##### 2) Giro

Dalam UU No. 10 tahun 1998 pasal 1 ayat 6 disebutkan yang dimaksud dengan giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan.

### 3) Deposito

Deposito adalah simpanan yang pencairannya hanya dapat dilakukan pada jangka waktu tertentu dengan syarat-syarat tertentu pula dan biasanya jangka waktu jatuh tempo deposito sekurang-kurangnya 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan paling lama 12 bulan (1 tahun).

#### b. Produk Pembiayaan Dana (*financing*)

Dalam perbankan syariah, penyaluran dana kepadanasabah disebut dengan pembiayaan. Ada beberapa pembiayaan yang dapat diberikan oleh bank bank syariah sebagai berikut:

##### 1) Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan mudharabah adalah pembiayaan dimana pihak bank menyediakan pembiayaan modal investasi antara modal kerja secara penuh (*trusty financing*), sedangkan nasabah menyediakan proyek atau usaha lengkap dengan manajemennya. Berbeda dengan mudharabah dalam penyaluran dana, mudharabah dalam konsep pembiayaan, bank bertindak sebagai pemilik dana (*shohibul maal*) dan nasabah bertindak sebagai pengelola usaha (*mudharib*). Selanjutnya, pada saat jatuh tempo nasabah berkewajiban mengembalikan modal

bank, baik dengan cara dicicil atau dilunasi seluruhnya.

## 2) Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan musyarakah adalah pembiayaan yang diberikan dengan akad antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (modal) dengan ketentuan bahwa keuntungan dan kerugian akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Pembiayaan musyarakah adalah pembiayaan sebagian dari modal usaha, yang mana pihak bank dapat dilibatkan dalam proses manajemennya, modal yang disetor bisa berupa uang, barang perdagangan (*trading asset*), *property*, *equipment*, atau *intangible asset* (seperti hak paten dan *goodwill*) dan barang lainnya yang dapat dihitung dengan uang.

## 3) Pembiayaan Murabahah

Murabahah diambil dari bahasa arab dari kata *ar-ribhu* yang berarti kelebihan dan tambahan (keuntungan), sedangkan dalam definisi para ulama terdahulu adalah jual-beli dengan modal ditambah keuntungan yang diketahui.

Murabahah yakni menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih tinggi sebagai laba. Jika seseorang melakukan penjualan komoditi dengan harga lump sum tanpa memberi tahu berapa nilai pokoknya, maka bukan termasuk murabahah, walaupun ia juga mengambil keuntungan dari penjualan tersebut, penjualan ini disebut musawamah.

#### 4) Pembiayaan Salam

Salam adalah transaksi jual beli di mana barang yang diperjual belikan belum ada atau pembelian barang yang diserahkan dikemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan dimuka. Salam adalah pembelian komoditi untuk pengiriman yang ditangguhkan dengan pembayaran segera sesuai dengan persyaratan tertentu atau penjualan suatu komoditi untuk pengiriman yang ditangguhkan sebagai imbalan atas pembayaran segera.

#### 5) Pembiayaan Istishna

Istishna adalah akad jual beli barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu pula yang disepakati oleh pemesan (pembeli) dan

pembuat (penjual) sedangkan pembayaran dapat di bayarkan di awal, ditengah atau diakhir transaksi.

## 2. Produk Jasa

Dalam perbankan Syariah produk jasa menggunakan akad-akad muamalah yang sesuai dengan fiqh Islam. Ada beberapa akad yang dapat digunakan diantaranya yaitu:

### a. Wakalah

Wakalah diartikan sebagai penyerahan, pendelegasian, atau pemberian mandat oleh satu pihak kepada pihak lain dalam hal-hal yang boleh diwakilkan. Dalam perbankan syariah konsep wakalah adalah nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan atau jasa tertentu, seperti pembukaan L/C, inkaso dan tranfer uang.

### b. Kafalah

Kafalah menurut bahasa berarti *al-dhaman* (jaminanan) *hamalah* (beban) dan *zama'ah* (tanggung). Menurut madzhab Syafi'i al-kafalah adalah akad yang menetapkan hak yang tetap pada tanggungan (beban) yang lain atau menghadirkan zat benda yang dibebankan atau menghadirkan badan oleh orang yang berhak menghadirkannya. Kafalah dalam pengaplikasiannya dalam perbankan berarti bank memberikan garansi kepada nasabah, produk ini

disediakan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran.

c. Hawalah

Hawalah secara bahasa hawalah atau hiwalah bermakna berpindah atau berubah. Dalam hal ini terjadi perpindahan tanggungan atau hak dari satu orang kepada orang lain. Dalam istilah para fukoha hawalah adalah pemindahan atau pengalihan penagihan hutang dari orang yang berhutang kepada orang yang menanggung hutang tersebut.

d. Rahn

Rahn adalah perjanjian dimana aset berharga digunakan sebagai jaminan atas utang. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil seluruh atau sebagian piutangnya. Rahn sebagai produk pinjaman berarti bank hanya memperoleh imbalan atas penyimpanan, pemeliharaan, asuransi, dan administrasi yang digadaikan, berkenan dengan hal tersebut, maka produk rahn ini biasanya hanya digunakan bagi keperluan sosial, seperti pendidikan dan kesehatan. Selain produk jasa yang disebutkan diatas terdapat beberapa produk jasa lainnya dalam bentuk *e-banking*. adapun produk-produk tersebut (Ikatan Bankir Indonesia, 2013) yaitu sebagai berikut:

1. *Internet Banking*, merupakan saluran *electronic banking* yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi via *internet* dengan menggunakan komputer/PC.
2. *SMS Banking*, saluran ini pada dasarnya evaluasi lebih lanjut dari *Phone Banking*, yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi via *handphone* dengan perintah *SMS*. Fitur transaksi yang dapat dilakukan yaitu informasi saldo rekening, pemindah bukaan antar rekening, pembayaran, dan pembelian voucher.
3. *Phone Banking*, saluran yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dengan via telepon. Pada awalnya lazim diakses melalui telepon rumah, namun seiring dengan semakin populernya telepon genggam/*handphone* beratif panggilan flat dari manapun nasabah berada.
4. ATM (*Automated Teller Machine*) atau Anjungan Tunai Mandiri, adalah saluran *electronic banking* paling populer yang kita kenal. Setiap kita pasti mempunyai kartu ATM dan menggunakan fasilitas ATM. Fitur tradisional ATM adalah untuk mengetahui informasi saldo dan melakukan penarikan tunai.



5. *Mobile Banking*, merupakan layanan transaksi perbankan non tunai melalui *mobile phone* (*handphone*) berbasis GPRS yang dapat digunakan oleh nasabah untuk transaksi cek saldo, transfer antar rekening, bayar tagihan, isi ulang pulsa dan transaksi lainnya.

## **2.2 *Mobile Banking***

### **2.2.1 Pengertian *Mobile Banking***

*Mobile Banking* merupakan layanan yang disediakan oleh bank atau lembaga keuangan lainnya yang memungkinkan pelanggannya untuk melakukan transaksi keuangan dari jarak jauh. Transaksi keuangan tersebut dapat dilakukan melalui perangkat *mobile* seperti *smartphone* maupun tablet. Cara mengaksesnya 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 (Bambang, 2011).

Menurut Pranidana (2016) *mobile banking* merupakan suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank dalam memudahkan penggunaannya untuk melakukan kegiatan transaksi perbankan melalui telepon genggam. Dengan adanya jasa layanan *online* ini masyarakat bisa melakukan transaksi keuangan dengan cepat tanpa keluar rumah sehingga dapat menghemat waktu nasabah. Beberapa layanan *mobile banking* yang dapat memberikan kemudahan bagi nasabah meliputi cek saldo, transfer antar rekening, pembelian pulsa,

pembayaran tagihan dan lain-lain. *Mobile banking* telah diperkenalkan sebagai saluran untuk melakukan pembayaran mobile yang merupakan solusi untuk memfasilitasi dan membuat *micropayment* lebih mudah untuk nasabah dan pemegang rekening bank (Widyarini, 2015). *Mobile banking* secara umum dapat digolongkan menjadi 3 golongan (Rahayu, 2019), yaitu sebagai berikut:

1. *Informational* (bersifat memberi informasi)

Golongan ini hanya memuat informasi mengenai produk-produk dan layanan-layanan yang dimiliki oleh suatu bank. Resiko dari sistem ini tergolong paling rendah, karena sistem ini tidak terhubung dengan server utama dan jaringan yang ada di bank. Tetapi hanya terhubung ke server hosting situs. Resiko yang terjadi hanya perubahan isi dari situs internet.

2. *Communicative* (bersifat komunikatif)

Golongan kedua ini lebih bersifat interaktif dibandingkan dengan golongan pertama. Pada golongan kedua ini, terjadinya interaksi antara nasabah dengan beberapa sistem yang ada di bank. Interaksi tersebut dapat berupa informasi saldo, laporan transaksi, pengubahan data pribadi nasabah, maupun formulir-formulir keanggotaan layanan dari bank yang bersangkutan. Golongan kedua ini memiliki resiko yang lebih tinggi dari golongan pertama, karena nasabah terhubung langsung dengan server yang ada di bank. Untuk mencegah terjadinya resiko yang dapat merusak

sistem seperti virus maka perlu adanya pengawasan dan penjagaan lebih di sistem ini.

### 3. *Transaccional* (dapat melakukan transaksi)

Pada golongan ini, nasabah dapat melakukan berbagai macam transaksi secara langsung. Karena server pada golongan ini terhubung langsung dengan jaringan yang ada di bank. Transaksi yang dapat dilakukan di sistem ini seperti melakukan pengiriman uang antar bank, pembelian pulsa, pembayaran tagihan dan lain-lain. Pada golongan ketiga ini memiliki tingkat resiko yang sangat tinggi, sehingga perlu adanya kontrol yang ketat agar terhindar dari resiko-resiko yang mungkin terjadi.

#### 2.2.2 **Kelebihan dan Kekurangan *Mobile Banking***

Setiap produk dan aplikasi tentu memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, adapun kelebihan *mobile banking* adalah sebagai berikut (Kasmir, 2016):

- a. Mudah digunakan, hanya dengan modal kartu dari operator seluler dan ponsel android fasilitas *mobile banking* sudah bisa dinikmati. Dengan modal tersebut nasabah sudah bisa melakukan transaksi, baik itu transfer uang, cek saldo, pembayaran, pembelian pulsa dan masih banyak transaksi lain yang bisa digunakan dengan memanfaatkan fasilitas *mobile banking*.
- b. Menghemat waktu, tidak perlu menghabiskan banyak waktu untuk mengantri di bank atau sekedar keluar mencari mesin

ATM untuk bertransaksi. Dengan berdiam dirumah transaksi perbankan sudah bisa dilakukan.

- c. Lebih fleksibel, bisa melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja selama 24 jam selama didukung oleh jaringan internet.

Selain mempunyai kelebihan aplikasi *mobile banking* juga mempunyai kekurangan diantaranya adalah sebagai berikut (Kasmir, 2016):

- a. Tidak bisa melakukan penarikan tunai. karena semua jenis transaksi hanya menggunakan *via handphone*, jadi tidak bisa melakukan penarikan uang tunai seperti datang langsung ke bank atau melalui ATM.
- b. Bergantung pada pulsa dan jaringan, transaksi dengan *mobile banking* mungkin terlihat mudah, tapi setiap transaksi yang dilakukan harus dengan dukungan yang memadai dari *handphone*. Bertransaksi harus dipastikan bahwa kartu seluler yang di gunakan memiliki pulsa dan jaringan yang lancar.
- c. Rawan kejahatan bila kurang hati-hati. Setiap transaksi harus ada verifikasi atau menyertakan PIN untuk validasi kepemilikan rekening. Bila tidak berhati-hati dalam menyimpan PIN dan menaruh *handphone*, mungkin akan terjadi tindakan kejahatan seperti kehilangan *handphone* dan pelaku kejahatan tersebut akan melakukan transaksi dengan kartu seluler tersebut tanpa sepengetahuan pemiliknya.

#### **2.2.4 Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Terhadap *Mobile Banking***

Ada enam faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada *mobile banking* (Muflih, 2016), yaitu:

1. Keamanan sistem *mobile banking*.

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

2. Kemudahan suatu website untuk diakses.

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

3. Privasi pengguna.

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

4. Kehandalan layanan (layanan 24 jam).

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

5. Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan.

Salah satu faktor yang menentukan nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* adalah kredibilitas perusahaan penyedia layanan *mobile banking* tersebut. Perusahaan dengan tingkat kredibilitas yang tinggi akan lebih diminati oleh nasabah untuk menggunakan jasa yang disediakan.

6. Kecepatan koneksi jaringan.

Salah satu aspek yang harus diperhatikan oleh penyedia jasa yaitu kecepatan koneksi dalam sistem perbankan secara *mobile*. Meskipun kesalahan ini bukan terdapat pada sistem perbankannya tetapi melainkan pada provider yang dipakai oleh nasabah tersebut. Provider jaringan tergantung pada sinyal yang ada pada jaringan, kesalahan pada koneksi sering terjadi pada tempat yang jauh dari jangkauan signal.

### **2.3 Technology Acceptance Model (TAM)**

TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan model penerapan teknologi yang mengadopsi *Theory of Reasoned Action* (TRA) dari Fishbein dan Ajzen (1975) yang digunakan untuk melihat tingkat penggunaan responden dalam menerima teknologi informasi. TRA ini tersusun dari asumsi dasar bahwa setiap manusia

berperilaku dengan sadar dalam mengendalikan diri dan mempertimbangkan penggunaan informasi yang tersedia untuk digunakan dalam kehidupannya. Ajzen dan Fishbein (1975) menyatakan bahwa niat seseorang dalam melakukan sebuah perbuatan tertentu dapat dipengaruhi oleh dua faktor penentu, yang pertama yaitu berhubungan dengan sikap (*attitude towards behavior*) dan pengaruh yang selanjutnya adalah pengaruh sosial yaitu norma subjektif (*subjective norms*).

Penekanan TRA yang diperkenalkan memiliki prinsip sebagai berikut: menentukan bagaimana mengukur komponen sikap perilaku yang relevan, membedakan antara keyakinan ataupun sikap, dan menentukan rangsangan eksternal. Sehingga dengan model TRA menyebabkan reaksi dan persepsi pengguna terhadap sistem informasi yang akan menentukan sikap dan perilaku pengguna tersebut. Dengan dasar teori yang kuat melalui adopsi TRA, Davis mengembangkan Model TAM pada tahun 1986. TAM merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi.

Menurut Davis et.al. (1989), Fatmawati (2015) dan Handayani (2017) konsep *Technology Acceptance Model* (TAM), merupakan sebuah teori yang menawarkan landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai teknologi dalam menerima dan menggunakan teknologi yang ditawarkan. Model TAM dikembangkan dari teori psikologis, yang menjelaskan perilaku

pengguna teknologi dengan berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), keinginan (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behavior relationship*).

Tujuan TAM di antaranya yaitu untuk menjelaskan faktor penentu penerimaan teknologi berbasis informasi secara general serta menjelaskan tingkah laku pemakai akhir (*end-user*) teknologi informasi dengan variasi yang cukup luas serta populasi pemakai untuk menyediakan dasar dalam rangka mengetahui pengaruh dari faktor eksternal terhadap landasan psikologis. TAM diformulasikan untuk mencapai tujuan ini melalui pengidentifikasian sejumlah kecil variabel pokok, yang didapatkan dari penelitian sebelumnya terhadap teori maupun faktor penentu dari penerimaan teknologi, serta menerapkan TRA sebagai latar belakang teoritis dalam memodelkan relasi antara variabel. Selain TAM, model lain juga dapat digunakan untuk memprediksi dan menjelaskan mengapa pengguna menerima atau menolak suatu sistem informasi, salah satunya adalah model *Unified Theory of Acceptance and Usage of Technology* (UTAUT). جامعة الرابطة

Menurut Venkatesh dkk, 2003 UTAUT merupakan sebuah model yang dapat menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi yang disusun berdasarkan delapan model sebelumnya, kedelapan teori terkemuka yang disatukan di dalam UTAUT adalah *theory of reasoned action* (TRA), *technology acceptance model* (TAM), *motivational model* (MM), *theory of planned behavior* (TPB), *combined TAM and TPB*, *model of PC*



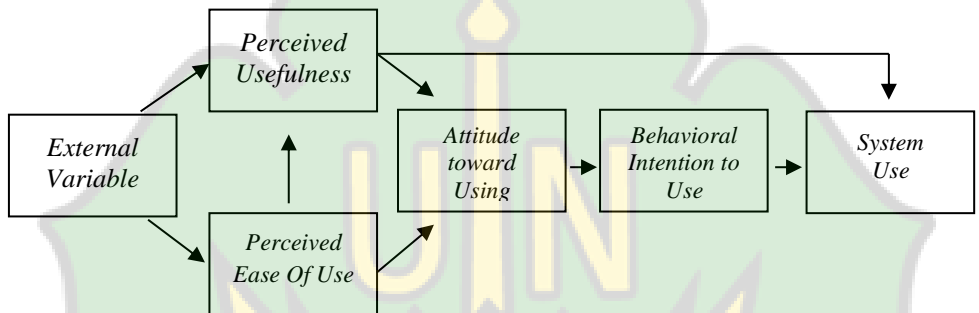
*utilization* (MPTU), *innovation diffusion theory* (IDT), dan *social cognitive theory* (SCT).

Namun model penerimaan teknologi (TAM) lebih sederhana dan sebagai model yang memiliki landasan teori cukup kuat untuk digunakan serta model TAM ini terkait dengan sikap interest dan relevansinya terhadap interaksi personal (Guriting and Ndubisi, 2006). Menurut Venkatesh dan Morris (2000) TAM lebih sederhana penerapannya dari pada model lain, yang mana penggunaan TAM lebih mudah dalam mengaplikasikannya. Hal ini sejalan dengan pendapat Jogiyanto (2007) TAM merupakan model perilaku (*behavior*) yang bermanfaat untuk menjawab pertanyaan mengapa banyak sistem teknologi informasi gagal diterapkan karena pemakainya tidak mempunyai niat (*intention*) untuk menggunakannya, dibangun dengan dasar teori yang kuat, telah diuji dengan banyak penelitian dan hasilnya sebagian besar mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM merupakan model yang baik.

Kelebihan TAM yang paling penting adalah model ini merupakan model yang parsimoni yaitu model yang sederhana tetapi valid. TAM menjelaskan secara sederhana hubungan sebab akibat antara perilaku dan keyakinan (manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan), tujuan, serta penggunaan aktual dari pengguna sistem informasi (Noviarni, 2014). Penjelasan tersebut sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menentukan sikap konsumen dalam memutuskan untuk mengadopsi layanan retail web. Selain itu TAM

diyakini mampu meramalkan penerimaan pemakai terhadap teknologi berdasarkan dampak dari dua faktor, yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan pemakaian (*perceived ease of use*) (Davis, 1989).

**Gambar 2. 1**  
***Technology Acceptance Model (TAM)***



Dengan demikian, TAM dalam penelitian ini merupakan variabel yang digunakan untuk menganalisis variabel perilaku adopsi konsumen dalam penerimaan untuk penggunaan retail web.

## **2.4 Kepercayaan**

### **2.4.1 Definisi Kepercayaan**

Menurut Setiadi (2013) kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu. Kepercayaan tersebut dapat berupa pengetahuan, serta kepercayaan juga dapat membentuk suatu citra produk dan merek. Menurut Firmansyah (2018) kepercayaan konsumen merupakan pengetahuan konsumen pada suatu objek, atribut, dan manfaatnya dimana kepercayaan bersama sikap dan perilaku berkaitan dengan atribut produk.

Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2012) kepercayaan merupakan komponen kognitif dari faktor psikologis. Kepercayaan berhubungan dengan suatu bukti sugesti dan pengalaman jika keyakinan terhadap sesuatu itu benar atau salah.

Menurut Jogiyanto (2019) kepercayaan merupakan penilaian seorang individu setelah memperoleh, memproses, dan mengumpulkan informasi kemudian akan menghasilkan berbagai penilaian dan anggapan. Kepercayaan adalah rasa percaya seseorang kepada pihak lain dalam melakukan hubungan antara kedua belah pihak setelah seseorang tersebut mengumpulkan berbagai informasi yang diperoleh berdasarkan pada keyakinan bahwa pihak tersebut dapat memenuhi atas kewajiban yang ia diharapkan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kepercayaan merupakan keyakinan seseorang terhadap sesuatu. Tingkat kepercayaan merupakan kemampuan pihak produsen atau penyedia layanan dalam menjamin keamanan dan kerahasiaan instrumen yang digunakan oleh konsumen untuk membuat penggunaanya percaya.

Menurut Jogiyanto (2019) kepercayaan-kepercayaan individual terhadap teknologi informasi dibentuk dari tiga faktor yaitu faktor institutional, sosial, dan individual. Untuk menimbulkan rasa kepercayaan terhadap pihak lain, kepercayaan harus dibangun dari awal dan membutuhkan proses untuk menimbulkan rasa percaya tersebut. Oleh karena itu, penting bagi suatu perusahaan dalam memberikan kepercayaan kepada penggunaanya.

Menurut Colquitt (2018) dalam suatu bisnis kepercayaan pada pengguna sangat dibutuhkan karena dapat berpengaruh terhadap tingkat kelayakan pengguna sehingga akan memberikan dampak yang positif bagi apa yang dirasakan. Dalam suatu perusahaan jasa, konsumen akan memiliki rasa kepercayaan terhadap perusahaan jika perusahaan tersebut dapat memberikan kepuasan pada pelanggannya. Kepuasan pelanggan terletak pada tingkat service yang diberikan oleh perusahaan.

#### **2.4.1 Indikator Kepercayaan**

Menurut Kotler dan Keller (2016) ada empat indikator kepercayaan konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. *Benevolence* (Kesungguhan/Ketulusan) adalah seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen.
2. *Ability* (Kemampuan) adalah sebuah penilaian atas apa yang dapat dilakukan seseorang. Dalam hal ini bagaimana penjual mampu meyakinkan pembeli dan memberikan jaminan kepuasan dan keamanan ketika bertransaksi.
3. *Integrity* (Integritas) adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen. Serta bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang

diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai fakta atau tidak.

4. *Willingness to depend* (Kesediaan untuk Bergantung) adalah kesediaan konsumen untuk tergantung kepada penjual berupa penerimaan resiko atau konsekuensi negative yang mungkin terjadi.

## **2.5 Kemudahan**

### **2.5.1 Definisi Kemudahan**

Menurut Jogiyanto (2007) kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya (Jogiyanto, 2007). Menurut Davis (1989) dalam Amijaya (2010) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan mudah digunakan.

Menurut Mathieson 1991 dalam Harlan (2014) kemudahan diartikan sebagai kepercayaan individu dimana jika mereka menggunakan teknologi tertentu maka akan bebas dari upaya. Sedangkan menurut Goodwin dan Silver dalam Sakti, dkk. (2013) menyatakan bahwa intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa

penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Konsep kemudahan memberikan pengertian bahwa apabila suatu teknologi mudah digunakan, maka penggunaan cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut.

Menurut Iqbaria dalam Amijaya (2010) kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan teknologi, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika nasabah yakin dengan teknologi yang ada dan mudah untuk digunakan maka nasabah akan menggunakannya. Sebaliknya, jika dirasa sulit dipahami dan tidak percaya akan teknologi informasi yang ada maka nasabah tidak akan menggunakannya.

### **2.5.2 Indikator Kemudahan**

Menurut Davis (1989) dalam Ahmad dan Pambudi (2014: 4) memberikan beberapa indikator kemudahan yaitu :

- a. *Mobile banking* sangat mudah untuk dipelajari (*easy to learn*). *Mobile banking* diindikasikan sulit untuk dipelajari artinya bahwa ketika seseorang pertama kali melakukan transaksi menggunakan *mobile banking*, orang tersebut akan langsung mengerti dan paham tata cara penarikan uang, pengecekan saldo ataupun transaksi lainnya dalam waktu singkat. Sehingga untuk pemakaian *mobile banking*

selanjutnya tidak ada kesulitan apapun dalam menggunakannya. *Mobile banking* yang mudah dipelajari akan memudahkan orang dalam penggunaannya.

b. *Mobile banking* sangat mudah untuk dioperasikan (*understandable*). *Understandable* maksudnya adalah bahwa *mobile banking* sangat mudah untuk dioperasikan. Suatu teknologi yang jelas dan dapat dioperasikan dengan mudah, maka akan memudahkan pemakai dalam penggunaannya. *Mobile banking* merupakan suatu aplikasi yang tersedia di *gadget* atau android dalam pengoperasian atau penggunaannya sangat mudah. Dalam pengoperasiannya atau penggunaan *mobile banking* sangat mudah, karena hanya dengan membuka aplikasi lalu setelah itu nasabah dapat melakukan berbagai macam transaksi yang telah disediakan.

c. *Mobile banking* mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna (*easy to get the system to do what user want to do*). *Easy to get the system to do what user want to do* bahwasanya suatu *mobile banking* menyediakan fasilitas yang mudah sesuai dengan kebutuhan orang yang menggunakannya, bahkan *mobile banking* tersebut mengerjakan apa yang seseorang inginkan dengan mudah. Dengan adanya fasilitas yang menyediakan sesuai dengan kebutuhan seseorang, maka akan memudahkan seseorang dalam menggunakannya. Dalam hal ini *mobile banking*

sebagai bagian dari teknologi yang merupakan fasilitas yang diberikan oleh suatu bank menyediakan berbagai macam transaksi yang dibutuhkan oleh nasabah, seperti transfer antar bank, pembayaran tagihan, dan transaksi lainnya.

d. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan *mobile banking* (*doesn't require a lot of mental effort*).

Penggunaan *mobile banking* diindikasikan bahwa tidak dibutuhkan banyak usaha, maksudnya yaitu tidak banyak pengorbanan yang dilakukan ketika menggunakan teknologi. Dapat dilihat ketika menggunakan *mobile banking*, nasabah tidak memerlukan waktu yang lama dan tidak menunggu antrian yang panjang. Sehingga tidak akan mengganggu aktivitas yang sedang dilakukannya.

e. Fleksibel (*flexibel*)

*Fleksibel* adalah kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda, dan dengan berbagai individu/kelompok. Fleksibel dalam menggunakan *mobile banking*, diindikasikan bahwa menggunakan *mobile banking* dapat dilakukan dimana saja dan dapat dilakukan kapan saja tidak terikat oleh waktu. Dengan begitu *mobile banking* merupakan salah satu fasilitas perbankan yang fleksibel, karena dalam menggunakan *mobile banking* dapat dilakukan pada aplikasi *mobile banking* mana saja. Penggunaan *mobile*



*banking* dapat dilakukan kapan saja, karena mesin *mobile banking* tersedia selama 24 jam.

## **2.6 Kemanfaatan**

### **2.6.1 Definisi Kemanfaatan**

Kemanfaatan merupakan tingkatan dimana seseorang berpikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Kartiniwati (2019) menjelaskan definisi persepsi kemanfaatan yaitu dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. Keuntungan itu diyakini oleh individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi.

Manfaat penggunaan suatu teknologi informasi dapat kita ketahui dari kepercayaan nasabah. Nasabah mulai menerima produk tersebut dengan cara menggunakannya. Nasabah yakin bahwa dengan memanfaatkan produk atau teknologi informasi tersebut akan memberikan kontribusi positif bagi dirinya (Hadi dan Novi, 2015).

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa memanfaatkan suatu sistem teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja pengguna. Pengguna akan memanfaatkan sistem teknologi tersebut apabila terbukti bermanfaat dalam menyelesaikan pekerjaannya. Semakin besar manfaat yang diterima oleh seseorang, maka semakin tinggi juga keputusan seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut.

## **2.6.2 Indikator Kemanfaatan**

Dikutip dari Saputri (2017) dalam Kartiniwati (2019) ada beberapa indikator kemanfaatan dari menggunakan *mobile banking* yaitu sebagai berikut:

1. Menjadi lebih mudah, indikator ini akan mengukur bahwa dengan menggunakan *mobile banking* atau teknologi informasi pekerjaan pengguna akan lebih mudah dan cepat terselesaikan.
2. Menambah produktifitas, indikator ini akan mengukur seberapa besar manfaat dari suatu teknologi dalam menambah produktifitas kerja pengguna.
3. Mempertinggi efektifitas, indikator ketiga ini mengukur tingkat manfaat waktu pengguna dalam penelusuran pada saat ingin melakukan transaksi keuangan.
4. Meningkatkan keuntungan, indikator ini mengukur tingkat manfaat keuntungan pengguna sebelum dan sesudah menggunakan teknologi informasi/*mobile banking*.

## **2.7 Pengguna**

### **2.7.1 Pengertian Pengguna**

Wibowo (2008) menjelaskan bahwa persepsi kegunaan merupakan persepsi terhadap kemanfaatan didefinisikan sebagai suatu ukuran dimanapenggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Menurut Jogiyanto (2007) persepsi kegunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan

kinerja pekerjaannya. Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989).

Dengan definisi dan indikator-indikator yang telah disebutkan sebelumnya, dapat diartikan bahwa kebermanfaatan dari penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan prestasi orang yang menggunakannya. Kebermanfaatan dalam teknologi informasi merupakan manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh para pengguna dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya. Oleh karena itu, tingkat kebermanfaatan teknologi informasi mempengaruhi sikap para pengguna dalam mengadopsi teknologi tersebut. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan sesuatu yang menyatakan individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja dari individu.

Wibowo (2008) menjelaskan bahwa persepsi kebermanfaatan merupakan suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Sikap seseorang dalam menggunakan teknologi informasi diprediksikan, jika seseorang tersebut mempercayai bahwa teknologi informasi dapat memberikan manfaat terhadap pekerjaannya dan pencapaian prestasi kerjanya. Oleh karena itu, tingkat kemanfaatan teknologi informasi mempengaruhi sikap pengguna dalam menggunakan teknologi informasi tersebut.

### **2.7.2 Indikator Pengguna**

Menurut Ferdinand (2006: 129) dalam Putri & Syathiri (2016) menyebutkan bahwa beberapa indikator dalam menggambarkan penggunaan *mobile banking* yaitu:

1. Transaksional, merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli atau menggunakan produk.
2. Referensial, merupakan kecenderungan seseorang dalam mereferensialkan produk kepada orang lain.
3. Preferensial, merupakan dalam menggambarkan perilaku seseorang memiliki preferensial utama terhadap produk tersebut.
4. Eksploratif, merupakan gambaran dari perilaku seseorang dalam mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

### **2.8 Penelitian Terdahulu**

Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan kemanfaatan terhadap pengguna *action mobile* pada PT. Bank Aceh syariah, sehingga penelitian tersebut bisa dijadikan sebagai referensi dalam penelitian ini. Berikut beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

Jhon Fernos dan Mairizal Alfadino (2021) menyatakan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel manfaat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai t-hitung sebesar  $(1.138 < 1.665)$  dan untuk variabel

kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai t-hitung sebesar ( $25.426 > 1.655$ ), selanjutnya untuk kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai t-hitung sebesar ( $2.810 > 1.655$ ).

Joni, Rahmah Yulianti dan Cut Hamdiah (2022) menyatakan bahwa hasil penelitian menemukan bahwa nilai koefisien regresi variabel independen terhadap variabel dependen tidak sama dengan nol. Selanjutnya masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dari pada tingkat signifikansi, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko (63,8%), kepercayaan (75,8%), kemudahan penggunaan (49,6%), berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Banda Aceh. Sedangkan secara simultan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $209,749 > 2,31$ ), dengan signifikansi sebesar 0.000 sehingga membuktikan bahwa secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Banda Aceh.

Regita (2020) menyatakan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kenyamanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*. sedangkan secara simultan variabel kenyamanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*.

Selain itu ada juga penelitian dari Maulidiyah (2017) bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *mobile*

*banking*. Dan yang terakhir penelitian yang sama juga dilakukan oleh Pratama dan Suputra (2019) menyatakan bahwa hasil analisis ditemukan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada minat mahasiswa reguler sore angkatan 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana untuk menggunakan uang elektronik.

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama (tahun) Judul Jurnal	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Peneliti : Jhon Fernos dan Mairizal Alfadino (2021) Judul: “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya”	Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Akumulasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dari kuesioner dan menggunakan teknik slovin. Teknis analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji t.	Hasilnya menunjukkan bahwa variabel manfaat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai t-hitung sebesar (1.138 < 1.665) dan untuk variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai t-hitung sebesar (25.426 > 1.655), selanjutnya untuk kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai t-hitung sebesar (2.810 > 1.655)
2.	Peneliti :	Metode penelitian ini menggunakan metode	Hasil penelitian menemukan bahwa

**Tabel 2.1 Lanjutan**

	<p>Joni, Rahmah Yulianti dan Cut Hamdiah (2022)          Judul :          “Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan <i>mobile banking</i> (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh)”</p>	<p>kuantitatif. Dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS V.22.0 For Windows</p>	<p>nilai koefisien regresi variabel independet terhadap variabel dependent tidak sama dengan nol. Selanjutnya masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dari pada tingkat signifikansi, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko (63,8%), kepercayaan (75,8%), kemudahan penggunaan (49,6%), berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Banda Aceh. Sedangkan secara simultan membuktikan bahwa secara simultan variabel independet berpengaruh terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Banda Aceh.</p>
<p>3.</p>	<p>Peneliti :          Regita (2020)          Judul :          “Analisis Pengaruh Kenyamanan, Kepercayaan Serta Fitur Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Pada BRIS</p>	<p>Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling dengan teknik purposive sampling, sampel penelitian ini berjumlah 84 nasabah</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kenyamanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan <i>mobile banking</i>. sedangkan secara simultan variabel kenyamanan</p>

**Tabel 2.1 Lanjutan**

	Kc A Rivai Palembang “	BRIS Kc A Rivai Palembang.	berpengaruh terhadap keputusan menggunakan <i>mobile banking</i> .
4.	Peneliti : Maulidiyah (2017) Judul : “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Mandiri Di Surabaya”	Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang menggunakan sampel sebanyak 110 responden.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menggunakan <i>mobile banking</i> .
5.	Peneliti : Pratama dan Suputra (2019) Judul : “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik”	Perhitungan analisa yang digunakan pada penelitian tersebut yaitu regresi linear berganda dengan bantuan komputer program <i>Statistical Product and Service Solutions</i> (SPSS)	Hasil analisis ditemukan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada minat mahasiswa reguler sore angkatan 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana untuk menggunakan uang elektronik.

Sumber: Data diolah (2023)

## 2.9 Hubungan Antar Variabel

### 2.9.1 Hubungan Antar Kepercayaan Terhadap Pengguna

Menurut Setiadi (2013) kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki oleh seseorang terhadap sesuatu. Sedangkan menurut Jogiyanto (2019) kepercayaan mewakili struktur-struktur kognitif yang dikembangkan oleh individual setelah mengumpulkan, memproses, dan mensintesis informasi, dan memasukkan penilaian-



penilaian individual dari bermacam-macam hasil yang berkaitan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kepercayaan adalah rasa percaya seseorang kepada pihak lain dalam melakukan hubungan antara kedua belah pihak setelah seseorang tersebut mengumpulkan berbagai informasi yang diperoleh berdasarkan pada keyakinan bahwa pihak tersebut dapat memenuhi atas kewajiban yang ia diharapkan.

Kepercayaan akan menjadi hal yang sangat penting dalam memilih penggunaan suatu layanan. Dalam suatu perusahaan jasa, konsumen akan memiliki rasa kepercayaan terhadap perusahaan jika perusahaan tersebut dapat memberikan kepuasan pada pelanggannya. Kepuasan pelanggan terletak pada tingkat service yang diberikan oleh perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus membangun dan memelihara hubungan baik dengan para pelanggan. Serta harus memberikan rasa percaya kepada pelanggannya. Karena tingkat kepercayaan yang tinggi akan mempermudah penggunaan pelanggan dalam produk atau jasa tersebut.

Dari penjelasan diatas peneliti berpendapat bahwa kepercayaan menjadi faktor yang sangat penting dalam menggunakan suatu teknologi. Semakin tinggi kepercayaan yang diberikan maka akan semakin tinggi pula minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi tersebut.

## **2.9.2 Hubungan Antar Kemudahan Penggunaan Terhadap Pengguna**

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

Kemudahan penggunaan juga merupakan faktor penting yang diperhatikan seseorang dalam memutuskan untuk menggunakan suatu teknologi atau tidak. Jika seseorang merasa percaya bahwa suatu teknologi tersebut mudah untuk digunakan maka ia akan menggunakannya. Begitu pun sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa teknologi tersebut sulit untuk digunakan maka ia tidak akan menggunakannya. Ketika seseorang meyakini bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah atau dengan usaha yang minim, maka minat seseorang tersebut untuk menggunakan teknologi juga akan semakin meningkat.

Dari penjelasan diatas peneliti berpendapat bahwa kemudahan penggunaan dapat dijadikan sebagai acuan yang digunakan sebagai alat ukur individu percaya bahwa dengan menggunakan teknologi tersebut dapat memudahkan pekerjaan individu tersebut. Semakin tinggi persepsi individu tentang mudahnya penggunaan sistem teknologi tersebut, maka semakin banyak yang menggunakan teknologi tersebut.

### **2.9.3 Hubungan Antar Manfaat Terhadap Pengguna**

Menurut Jogiyanto (2019) manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Hal tersebut dapat diartikan bahwa persepsi manfaat merupakan pandangan subjektif seseorang atas manfaat yang diperoleh dengan menggunakan suatu layanan.

Manfaat merupakan suatu hal yang sangat diperhatikan oleh seseorang dalam menggunakan suatu jenis layanan uang elektronik. Seseorang akan menggunakan suatu teknologi apabila suatu teknologi tersebut dapat memberikan manfaat kepada mereka. Jika seseorang merasa percaya bahwa suatu teknologi tersebut berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika menurutnya teknologi tersebut kurang berguna maka ia tidak akan menggunakannya. Ketika seseorang semakin meyakini bahwa teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerjanya, maka kepercayaan seseorang tersebut untuk menggunakan teknologi juga akan semakin meningkat.

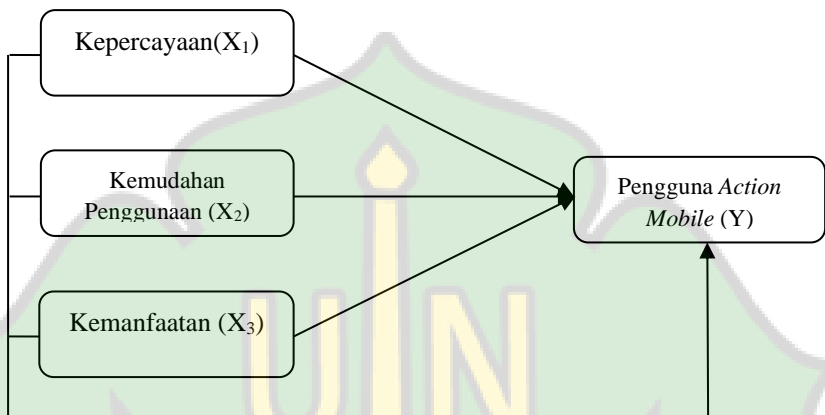
Dari penjelasan diatas peneliti berpendapat bahwa manfaat yaitu sebagai persepsi pengguna suatu teknologi tentang seberapa tingginya teknologi tersebut menghasilkan manfaat. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan pada saat menggunakan teknologi maka akan semakin tinggi pulapenggunaan teknologi tersebut.

### **2.10 Kerangka Berfikir**

Kerangka berfikir merupakan suatu gambaran tentang hubungan variabel dalam suatu penelitian yang diuraikan oleh jalan

pikiran menurut kerangka yang logis. Adapun kerangka penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2. 2**  
**Kerangka Berfikir**



Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan kerangka berfikir diatas maka terdapat 4 variabel yaitu variabel ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) sebagai variabel independent dan variabel ( $Y$ ) sebagai variabel dependent. Dimana kepercayaan ( $X_1$ ), kemudahan penggunaan ( $X_2$ ), kemanfaatan ( $X_3$ ) dan pengguna *action mobile* sebagai variabel ( $Y$ ).

### 2.11 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang mungkin benar atau salah. Hipotesis akan ditolak apabila faktanya menyangkal dan akan diterima apabila faktanya membenarkan. Jadi hipotesis adalah dugaan sementara yang perlu dibuktikan kebenarannya. Menurut Sugiyono (2018) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian

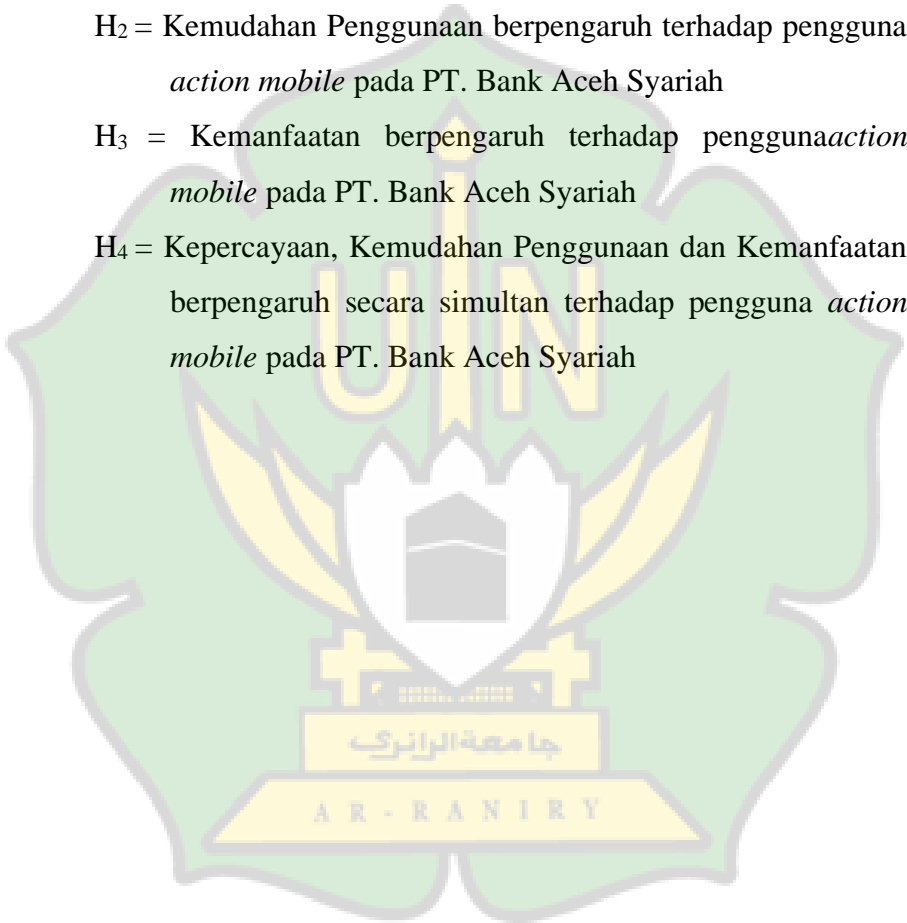
telat dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hubungan antara variabel dalam penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> = Kepercayaan berpengaruh terhadap pengguna *action mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah

H<sub>2</sub> = Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap pengguna *action mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah

H<sub>3</sub> = Kemanfaatan berpengaruh terhadap pengguna *action mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah

H<sub>4</sub> = Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan berpengaruh secara simultan terhadap pengguna *action mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian yang digunakan oleh penulis dalam skripsi ini adalah penelitian kuantitatif suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018).

Untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dan dapat dipertanggung jawabkan dalam penyusunan skripsi. Peneliti menggunakan jenis penelitian *field research* yaitu pengumpulan data dan informasi yang bersumber dari lapangan atau objeknya (Nawawi & Martini, 2005). Dalam penelitian ini yang akan diamati oleh peneliti adalah pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan kemanfaatan terhadap pengguna *action mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi**

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian

ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau objek itu (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan *action mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah yang berubah setiap waktu atau tidak tetap.

### 3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian untuk diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi (Notoatmodjo, 2003). Pada penelitian ini yang menjadi sampel responden adalah nasabah yang menggunakan *action mobile*, pengambilan sampel *Non-probability* atau juga disebut juga nonpeluang, adalah pengambilan sampel dengan sengaja (*purposive*) dan bersifat subjektif.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability* yakni teknik sampling insidental, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2018). Dalam menentukan jenis sampel, maka digunakan rumus Lemeshow (1997), hal ini dikarenakan populasi tidak diketahui. Berikut rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z^2 p (1-p)}{d^2} \quad (3.1)$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

z = Nilai Standart = 1,96

p = Maksimal Estimasi = 50% = 0,5

d = Alpha (0,05) atau *sampling error* = 10%

Sehingga dari rumus ini dapat diambil jumlah sampelnya adalah :

$$n = \frac{1.96^2 (0.5)(1 - 0.5)}{0.10^2}$$

$$n = \frac{3.8416 (0.25)}{0.01}$$

n = 96,04 (dibulatkan 100)

Maka dari rumus diatas diperoleh jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus Lemeshow (1997) ini karena populasi yang dituju terlalu besar hingga membuat jumlahnya yang berubah-ubah.

### 3.3 Definisi dan Operasional Variabel

Sugiyono (2014) mengemukakan bahwa operasional variabel adalah sebuah metode yang berguna untuk mengukur suatu variabel dengan cara melihat pada indikator dan dimensi dari satu



variabel tersebut. Pada operasional variabel peneliti menyusun berdasarkan indikator masing-masing faktor. Sesuai dengan indikator-indikator yang terdapat dalam variabel maka pertanyaan yang dalam variabel penelitian adalah sebagai berikut :

**Tabel 3. 1**  
**Operasional Variabel**

<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item Pertanyaan</b>	<b>Skala Pengukur</b>
Kotler dan Keller (2012) Kepercayaan merupakan komponen kognitif dari faktor psikologis. Kepercayaan berhubungan dengan suatu bukti sugesti dan pengalaman jika keyakinan terhadap sesuatu itu benar atau salah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Benevolence</i> (kesungguhan/ketulusan )</li> <li>2. <i>Ability</i> (Kemampuan)</li> <li>3. <i>Integrity</i> (Integritas)</li> <li>4. <i>Willingness to depend</i> (Kesediaan untuk bergantung)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa layanan <i>action mobile</i> selalu akurat.</li> <li>2. Saya merasa sistem pada <i>action mobile</i> tidak pernah salah dalam memproses transaksi.</li> <li>3. Saya merasa layanan <i>action mobile</i> dapat dipercaya.</li> <li>4. Saya akan tetap menggunakan <i>action mobile</i> dalam jangka waktu yang lama.</li> </ol>	Skala Likert
Davis (1989) dalam Amijaya (2010) mendefinisikan kemudahan penggunaan ( <i>ease of use</i> ) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Mobile banking</i> sangat mudah untuk dipelajari (<i>easy to learn</i>).</li> <li>2. <i>Mobile banking</i> sangat mudah untuk dioperasikan (<i>understandable</i>).</li> <li>3. <i>Mobile banking</i> mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna (<i>easy to get</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya dapat mempelajari layanan <i>action mobile</i> dengan mudah.</li> <li>2. Saya merasa layanan <i>action mobile</i> mudah digunakan oleh pengguna.</li> <li>3 Saya merasa apa yang saya butuhkan dapat</li> </ol>	Skala Likert

**Tabel 3.1 Lanjutan**

<p>dengan mudah dipahami dan mudah digunakan</p>	<p><i>the system to do what user want to do).</i>          4. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan <i>mobile banking (doesn't require a lot of mental effort).</i>          5. Fleksibel (<i>flexibel</i>)</p>	<p>diselesaikan dengan menggunakan <i>action mobile.</i>          4 Saya merasa transaksi dalam layanan <i>action mobile</i> jelas dan mudah dioperasikan.          5. Transaksi menggunakan <i>action mobile</i> dapat dilakukan kapan saja tanpa batas waktu</p>	
<p>Kartiniwati (2019) menjelaskan definisi persepsi kemanfaatan yaitu dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan . Keuntungan itu diyakini oleh individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi.</p>	<p>1. Menjadi lebih mudah          2. Menambah produktif          3. Mempertinggi efektifitas          4. Meningkatkan keuntungan</p>	<p>1.Saya dapat melakukan transaksi perbankan lebih mudah dengan menggunakan layanan <i>action mobile.</i>          2. Saya merasa dengan adanya <i>action mobile</i> meningkatkan efektivitas dalam pekerjaan dan kebutuhan transaksi keuangan.          3. Saya merasa saat menggunakan <i>action mobile</i> dapat mempercepat waktu dalam penelusuran informasi yang saya butuhkan di <i>action mobile.</i>          4. Saya merasakan sistem layanan</p>	<p>Skala Likert</p>

**Tabel 3.1 Lanjutan**

		<p><i>action mobile</i> bermanfaat dalam pekerjaan saya. 5. Saya merasa manfaat layanan <i>action mobile</i> dapat menghemat biaya dalam melakukan transaksi.</p>	
<p>Davis (1989) mendefinisikan bahwa kegunaan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan atau pekerjaannya kinerja.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perasaan tertarik</li> <li>2. Motif pengguna</li> <li>3. Perasaan senang</li> <li>4. Kesesuaian penggunaan dengan kebutuhan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya tertarik dalam menggunakan layanan <i>action mobile</i>.</li> <li>2. Saya senang merekomendasikan <i>action mobile</i> kepada orang lain.</li> <li>3. Saya lebih memilih menggunakan <i>mobile banking action</i> daripada <i>mobile banking</i> lainnya.</li> <li>4. Saya mencari informasi tentang <i>action mobile</i> dari berbagai sumber.</li> </ol>	<p>Skala Likert</p>

Sumber: Data diolah (2023)

### 3.4 Teknik Pengumpulan data

Pengumpulan data yang dikumpulkan menggunakan angket dapat diukur dengan skala pengukuran, yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert merupakan lima pilihan jawaban dari sangat tidak setuju sampai pada sangat setuju yang merupakan sikap atau persepsi seseorang atas suatu kejadian atau pertanyaan maupun pernyataan yang diberikan dalam bentuk kuesioner.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2018).

Dalam penelitian, teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas dan hasil dari penelitian, yaitu kualitas instrument penelitian, dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrument, dan kualitas pengumpulan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Untuk mendapatkan data dilapangan, maka peneliti menggunakan metode pengumpulan data yaitu digital kuisoner yakni google form.

Kuisoner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden atau dijawabnya (Sugiyono, 2018). Pertanyaan-pertanyaan dalam instrumen penelitian dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu pertanyaan terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka adalah pertanyaan yang dijawabnya tidak disediakan sehingga responden bebas menulis jawabannya sendiri. Pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang jawabannya sudah disediakan sehingga responden hanya tinggal memilih salah

satu jawaban yang sudah disediakan dengan memberikan tanda (Suhartono,2002).

Dalam penelitian ini bentuk angket (pertanyaan) yang digunakan adalah angket tertutup yakni angket yang sudah disediakan jawabannya oleh responden tinggal memilih salah satu alternative jawabannya yang telah disediakan. Dalam hal ini angket disebarkan kepada nasabah yang menggunakan *action mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah.

Skala yang digunakan dalam pengukuran ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian (Riduwan,2016).

Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata skor sebagai berikut:

**Tabel 3. 2**  
**Instrumen Skala Likert**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2

Sangat Tidak Setuju (STS)	1
---------------------------	---

Sumber: Sugiyono (2014)

### **3.5 Uji Instrumen**

#### **3.5.1 Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Valid didefinisikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas ini memastikan bahwa masing-masing pertanyaan akan terklasifikasikan pada variabel-variabel yang telah ditetapkan. Apabila suatu pertanyaan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut maka data tersebut disebut valid (Ghozali, 2011).

Setelah itu, akan dibandingkan dengan nilai kritisnya. Bila dihitung  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka data tersebut valid (signifikan) dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Akan tetapi jika sebaliknya  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka data tersebut tidak valid (tidak signifikan) dan tidak akan digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Data yang valid berikutnya akan dilakukan uji reliabilitas.

#### **3.5.2 Uji Reliabilitas**

Sugiyono (2017) menyebutkan reliabilitas adalah pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Jadi dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas adalah mengukur kestabilan alat ukur. Segala alat ukur

dikatakan reliabel apabila dapat memberikan hasil yang sama bila dipakai untuk mengukur ulang.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik pengukuran koefisien dari Alpha. Uji reliabilitas yang dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan. Jika nilai  $Alpha > 0,60$  maka reliabel, dalam hal ini peneliti menggunakan rumus *Cronbach Alpha* untuk mengetahui tingkat reliabilitas instrumen dari variabel sebuah penelitian. Untuk mengetahui hasil uji reliabilitas, maka dilakukan dengan cara membandingkan antara  $alpha$  ( $\alpha$ ) dengan r tabel. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* yaitu  $> 0,60$  (Ghozali, 2011).

### **3.6 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.6.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas yang digunakan pada model regresi bertujuan digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi berdistribusi bersifat normal atau tidak. Model regresi yang bisa dikatakan normal adalah model regresi yang memiliki nilai residual yang memiliki distribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik *Normal Probability Plot of Regression Standardized Residual* atau *Skewness* dan *Kurtosis*.

Pada penelitian ini akan digunakan uji normalitas *Normal Probability Plot of Regression Standardized Residual*. Distribusi

normal akan membentuk garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Ghazali (2011) menyatakan bahwa dasar dari pengambilan keputusan untuk uji normalitas dengan *probability plot* adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya maka distribusi dapat dikatakan normal, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan jika data menyebar jauh dari data garis diagonal dan tidak mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya maka distribusi normal dan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### **3.6.2 Uji Multikolinieritas**

Pengujian ini dilakukan untuk melihat setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregresi terhadap variabel independen lainnya. Uji multikolinieritas bertujuan menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi. Suatu model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independennya. Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance  $\leq 10$  atau sama dengan nilai VIF  $\geq 10$ . Jika nilai VIF yang dihasilkan antara nilai 1-10 maka tidak terjadi yang namanya multikolinieritas (Sujarweni, 2020).

### **3.6.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variance dari residual suatu



pengamatan ke pengamatan yang lainnya dalam suatu model regresi. Ketika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, ini disebut homoskedastisitas, model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Sujarweni, 2020). Regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitaran angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik data tidak bole membentuk pola bergelombang melebar yang kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola. Sedangkan yang disebut dengan heteroskedastisitas adalah ketika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda yang dapat dideteksi dengan beberapa cara ada atau tidaknya heteroskedasitas. Dalam penelitian ini untuk mengetahui uji heterokedastisitas akan di lakukan dengan grafik *scatterplot*.

### **3.7 Uji Regresi Linear Berganda**

Analisis Regresi Linier Berganda merupakan analisis yang digunakan untuk memprediksi atau meramalkan keadaan variabel (Sugiyono,2010:277). Sedangkan menurut Ghozali (2011) Analisis linear berganda adalah pengujian yang digunakan oleh peneliti untuk mengetahui apakah keadaan tinggi rendahnya variabel dependen terhadap dua atau lebih variabel independen sebagai faktor untuk dimanipulasi atau dalam artian analisis regersi bisa digunakan apabila variabel independennya lebih dari dua. Dengan kata lain

analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh suatu variabel bebas (Independen) dalam suatu penelitian dengan variabel terikat (Dependen). Variabel independen pada penelitian ini adalah kepercayaan, kemudahan pengguna dan kepercayaan. Sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah pengguna *mobilebanking*. Adapun persamaan linier pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

$\alpha$	: konstanta
$\beta$	: koefisien variabel
X	: variabel
e	: <i>error term</i>

### 3.8 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu langkah untuk melakukan pengujian terhadap suatu keputusan yang belum pasti kebenarannya ditolak atau diterima keputusan tersebut. Dalam pengujian ini, keputusan yang dibuat mengandung ketidakpastian, mengandung resiko karena jawaban sebenarnya bisa benar bisa salah. Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan analisis regresi dengan langkah-langkah sebagai berikut (Sujarweni, 2020).

### 3.8.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji ini merupakan pengujian koefisien regresi parsial individual yang di gunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) (Sujarweni, 2020). Dalam penelitian ini, uji t dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yaitu kenyamanan dan manfaat terhadap keputusan penggunaan *action mobile*. Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung terhadap nilai t tabel, jika t hitung > t tabel maka dapat disimpulkan bahwa variabel X mempunyai pengaruh terhadap variabel Y, atau dengan melihat nilai signifikansi pada tabel uji t, jika nilai signifikansi > 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (Sujarweni, 2020).

### 3.8.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau disebut juga dengan pengujian signifikan persamaan yang biasanya digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) (Sujarweni, 2020). Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk melakukan pengujian secara stimulan (bersama-sama) untuk mengetahui pengaruh antar masing–masing variabel independen yaitu kenyamanan dan manfaat terhadap keputusan penggunaan *action mobile*. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung terhadap nilai F tabel, jika F hitung > F tabel maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel X

mempunyai pengaruh terhadap variabel Y, atau dengan melihat nilai signifikansi pada tabel uji t, jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dapat ditarik kesimpulan variabel  $X_n$  berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Y (Sujarweni, 2020).

### 3.8.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji R square (koefisien determinasi) digunakan untuk mengetahui seberapa kemampuan model dalam menerangkan pengaruh variabel independen yaitu kepercayaan ( $X_1$ ), kemudahan pengguna ( $X_2$ ), dan kemanfaatan ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen yaitu pengguna *action mobile banking* (Y). Nilai R square menurut Chin, (1998) dikategorikan sebagai berikut:

1. Jika nilai R square  $> 0,67$  maka dikategorikan kuat
2. Jika nilai R square  $0,34 - 0,67$  maka dikategorikan moderat
3. Jika nilai R square  $0 - 0,33$  maka dikategorikan rendah

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran PT. Bank Aceh Syariah**

##### **4.1.1 Sejarah PT. Bank Aceh Syariah**

Gagasan untuk mendirikan Bank milik pemerintah di Aceh dicetuskan oleh prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Aceh (Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam). Setelah mendapatkan persetujuan dengan surat keputusan nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tambenan, wakil notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama PT. Bank Kesejahteraan Atjeh, NV dengan modal yang ditetapkan Rp. 25.000.000. setelah beberapa kali perubahan Akte, barulah pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dengan Surat Keputusan No. 12096/BUM/II dan pengesahan bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan surat keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960. Pada saat itu PT Bank Kesejahteraan Aceh NV dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisaris terdiri atas Teuku Soelaiman Polem, Abdullah Bin Mohammad Hosein dan Moehammad Sanusi. Dengan ditetapkannya Undang-Undang No. 13 Tahun 1962 tentang ketentuan-ketentuan pokok Bank Pembangunan daerah, semua bank milik Pemerintahan daerah yang sudah terdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan Undang-Undang tersebut.

Untuk memenuhi ketentuan ini maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah No. 12 tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam peraturan daerah tersebut ditegaskan bahwa maksud pendirian Bank Pembangunan Istimewa Aceh adalah untuk menyediakan pembiayaan bagi pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah dalam rangka pembangunan nasional semesta berencana. Tepatnyapada tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksaaan Pengalihan PT Bank Kesejahteraan Aceh NV menjadi bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas kepada Bank pengembangan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah daerah telah beberapa kali mengadakan perubahan peraturandaerah (Perda),, yaitu mulai dari Perda No. 10 tahun 1974, Perda No. 6 Tahun 1978, Perda No.5 tahun 1982, Perda No. 8 tahun 1988, Perda no. 3 tahun 1993 dan yang terakhir adalah No. 2 tahun 1999 tentang perubahan Bentuk badan hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, yang telah disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999.

Kemudian perubahan bentuk badan hukum menjadi Perseroan terbatas ditetapkan dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No.55 tanggal 21 April 1999, bernama PT Bank Pembangunan

Daerah Istimewa Aceh disingkat menjadi PT Bank BPD Aceh. Perubahan ini telah disahkan oleh menteri Kehakiman RI dengan surat Keputusan No. C-8260 HT.01.01.TH.99 pada tanggal 6 Mei 1999. Dalam Akte Pendirian Perseroan ditetapkan modal dasar pada PT. Bank BPD Aceh sebesar Rp. 150 milyar. Sesuai dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No. 10 tanggal 15 Desember 2008, notaris di Medan tentang peningkatan modal dasar Perseroan, modal dasar ditambahkan menjadi Rp. 500 milyar.

Sejarah baru mulai tercipta oleh Bank Aceh melalui hasil Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUSPSLB) pada tanggal 25 Mei 2015 bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah. Maka dimulai setelah keputusan tersebut proses konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Setelah memulai berbagai tahapan dan proses perizinan yang diisyaratkan oleh OJK akhirnya Bank Aceh mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisioner OJK Pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh.

Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisioner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 perihal pemberian izin perubahan kegiatan usaha bank umum konvensional menjadi Bank Umum Syariah PT Bank Aceh yang diserahkan langsung oleh dewan komisioner OJK kepada Gubernur Aceh Dr. H. Zaini Abdullah

melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh.

Sesuai dengan ketentuan yang berlaku bahwa kegiatan operasional Bank Aceh Syariah baru dapat dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak tanggal tersebut Bank Aceh telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip ketentuan PBI Nomor 11/15/2009. Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak yang positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh telah menjadi salah satu titik *episentrum* pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal.

#### **4.1.2 Visi dan Misi**

Visi dari bank aceh adalah mewujudkan Bank Aceh menjadi bank yang terus sehat, tangguh, handal dan terpercaya serta dapat memberikan nilai tambah yang tinggi kepada mitra dan masyarakat.

Sedangkan misi dari Bank Aceh adalah membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pengembangan dunia usaha dan pemberdayaan ekonomi rakyat, serta memberi nilai tambah kepada pemilik dan kesejahteraan kepada karyawan.



### 4.1.3 Action Mobile Banking

Aplikasi Action Mobile adalah layanan Mobile Banking milik PT. Bank Aceh Syariah yang dapat diakses oleh Nasabah melalui Smartphone untuk bertransaksi dengan menggunakan media jaringan internet atau paket data.

**Gambar 4. 1**  
**Action Mobile Banking**

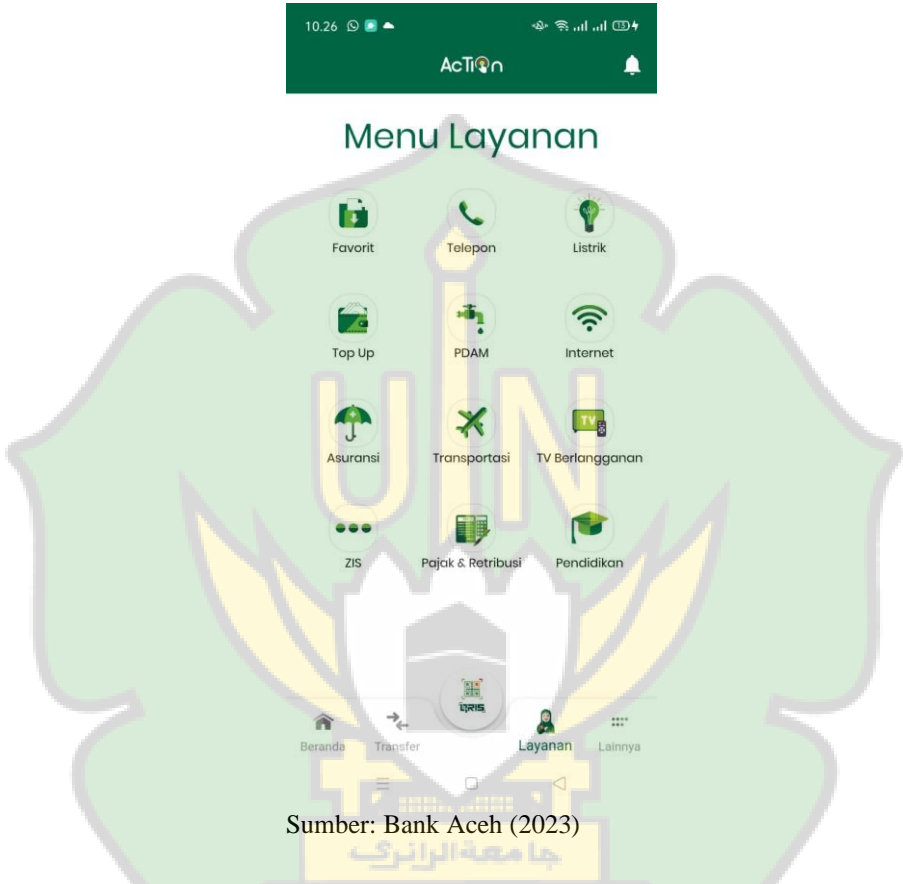


Sumber: Bank Aceh (2023)

Action sendiri adalah singkatan dari Aceh Transaksi Online.

Adapun fitur yang terdapat pada Action Mobile :


**Gambar 4.2**  
**Fitur Action Mobile**



Sumber: Bank Aceh (2023)

Informasi Rekening (Informasi Saldo, No Rekening, 5 transaksi rekening terakhir, dan Mutasi Rekening);

1. Transfer Dana (Transfer antar BAS, Transfer antar Bank Lain, Transfer antar BAS via QR Code, dan Transfer antar bank via ATMB, BI FAST, SKN, dan RTGS);
2. Fitur Pembayaran, Pembelian & Top-Up:

- 
- a. Pembayaran Perguruan Tinggi (Universitas UIN Ar Raniry dan Universitas Teuku Umar);
  - b. Pembayaran Tagihan Listrik (PLN Postpaid);
  - c. Pembelian Voucher/Token Listrik (PLN Prepaid);
  - d. Pembayaran Tiket Pesawat Garuda Indonesia dan Lion Air/Lion Group
  - e. Pembayaran Tiket Kereta Api Indonesia (KAI);
  - f. Pembayaran Iuran BPJS Kesehatan;
  - g. Pembayaran Tagihan Telkomsel Halo (T-Sel Postpaid);
  - h. Pembelian Pulsa Telkomsel (T-Sel Prepaid);
  - i. Pembelian Data Internet Telkomsel;
  - j. Pembayaran Tagihan Internet Indihome;
  - k. Pembayaran Tagihan TV Berlangganan (Transvision dan MNC Vision);
  - l. Pembayaran SAMSAT Aceh;
  - m. Pembayaran Retribusi Pemkot Banda Aceh (e-Setor);
  - n. Pembayaran Zakat & Infak;
  - o. Pembayaran PDAM (Kota Banda Aceh, Kab. Pidie Jaya, Aceh Jaya, Kab. Aceh Besar, Kab. Pidie, Kab. Aceh Timur, Kab. Aceh Tamiang, Kab. Aceh Utara);
  - p. Pembayaran PBB (Kota Banda Aceh, Kab. Aceh Timur, Kota Subulussalam, Kota Lhokseumawe, Kab. Aceh Tamiang);
  - q. Top up e-Walet LinkAja, Gopay, dan OVO;

- r. Top up PengCard dan e-money;Pembayaran via QRIS (Quick Response Indonesian Standard).

### 3. Fitur Lainnya:

Fitur e-Statement (*Transaction History*), Informasi Terkini, Message Notification (*Push Notification*), Lupa Username, Lupa/Buka Blokir MPIN, Lupa/Buka Blokir Password, Daftar Favorit Transfer/Layanan, Penggantian Password & MPIN, Pengaturan Rekening Sumber Dana yang Digunakan atau menambahkan seluruh rekening tabungan dalam satu aplikasi, Kotak Pesan Transaksi, Penggantian Perangkat, Unduh Resi Transaksi, Share Resi Transaksi, Jadwal Sholat & Arah Kiblat, Penggantian Perangkat Baru, dan mendukung fitur biometrik yang memberikan akses lebih aman dan nyaman.

## 4.2 Deskripsi Karakteristik Responden

Pada karakteristik responden peneliti akan membahas mengenai karakteristik tersebut berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan lama dari menggunakan *mobile banking* dari responden. Adapun semua data ini diambil dari masing-masing responden yang telah memberikan datanya serta telah menjawab seluruh pertanyaan dari kuisioner yang telah diberikan oleh peneliti adapun jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 100 orang selain itu pengisian kuisioner dilakukan kepada 120 responden, hal

ini bertujuan untuk mencegah terjadinya kesalahan pada saat pengolahan data (*replacement data*)

#### 4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah nasabah dari Bank Aceh yang menggunakan *mobile banking action*. Adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah:

**Tabel 4. 1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	39	39%
2	Perempuan	61	61%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden dengan jenis kelamin lebih dominan perempuan dengan jumlah 61 (61%) responden, sedangkan responden jenis kelamin laki-laki hanya berjumlah 39 (39%) responden.

#### 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah nasabah dari Bank Aceh yang menggunakan *Mobile Banking Action*. Adapun responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel dibawah:

**Tabel 4. 2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	18-20 tahun	3	3%

2	21-30 Tahun	64	64%
3	31-40 Tahun	23	23%
4.	>41 Tahun	10	11%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat dikerahui responden dengan rentang usia 21-30 tahun berjumlah 64 (64%) yang paling terbanyak. Kemudian rentang usia 31-40 tahun dengan jumlah 23 (23%) responden, setelah itu rentang usia diatas 40 tahun dengan jumlah 10 (10%) responden dan yang terakhir adalah rentang usia 18-20 tahun dengan jumlah 3 (3%) responden. Dari data diatas menunjukkan rentang usia 21-30 tahun merupakan nasabah Bank Aceh Syariah terbanyak yang menggunakan *Mobile Banking Action*.

#### 4.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah nasabah dari Bank Aceh yang menggunakan *Mobile Banking Action*. Adapun responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel dibawah:

**Tabel 4. 3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pegawai Bank ( <i>Banker</i> )	15	15%
2	Wiraswasta	30	30%
3	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	12	12%
4	Guru/Dosen	9	9%
5	Mahasiswa	19	19%
6	TNI/POLRI	8	8%
7	Lainnya	7	7%

	Total	100	100%
--	-------	-----	------

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa wiraswasta merupakan pengguna *Mobile Banking Action* terbanyak dengan jumlah 30 (30%), kemudian mahasiswa dengan total 19 (19%) responden, setelah itu nasabah dengan pekerjaan Pegawai Bank (Banker) dengan jumlah 15 atau dengan persentase 15% responden, kemudian responden dengan pekerjaan Pegawai Negeri Sipil (PNS) dengan jumlah 12 atau dengan persentase (12%) responden, kemudian responden dengan pekerjaan guru/dosen dengan jumlah 9 (9%) TNI/POLRI dengan jumlah 8 (8%) responden dan terakhir adalah pekerjaan lainnya dengan jumlah 7 (7%) responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nasabah yang paling banyak menggunakan *Mobile Banking Action* adalah wiraswasta.

#### 4.2.4 Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah nasabah dari Bank Aceh yang menggunakan *Mobile Banking Action*. Adapun responden berdasarkan lama penggunaan dapat dilihat pada tabel dibawah:

**Tabel 4. 4**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan**

No	Penghasilan	Jumlah	Persentase
1	< 1 Tahun	29	29%
2	1 Tahun	13	13%
3	> 1 Tahun	58	58%

	Total	100	100%
--	-------	-----	------

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa responden yang dominan adalah nasabah yang telah menggunakan *Mobile Banking Action* lebih dari 1 tahun dengan jumlah 58 (58%) responden, sedangkan responden yang masih menggunakan *Mobile Banking Action* kurang dari 1 tahun dengan jumlah 29(29%) responden dan terakhir adalah responden yang menggunakan *Mobile Banking Action* selama 1 tahun dengan jumlah 13 (13%) responden. Maka dapat disimpulkan bahwa nasabah yang menggunakan *Mobile Banking Action* lebih dari 1 tahun merupakan responden terbanyak pada penelitian ini.

### 4.3 Deskripsi Variabel

Tanggapan responden terhadap kuesioner yang terjadi diukur menggunakan skala Likert dengan skala 5 yaitu skor 5 sangat setuju, skor 4 setuju, skor 3 kurang setuju, skor 2 tidak setuju, dan skor 1 sangat tidak setuju.

#### 4.3.1 Deskripsi Variabel Kepercayaan

Pada variable kepercayaan terdapat 4 pernyataan. Diantara hasil tanggapan responden di masing-masing pernyataan bisa dilihat pada Tabel 4.5.

**Tabel 4. 5**  
**Deskripsi Variabel Kepercayaan**

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rerata
KE 1	0	0	2	50	48	4,46	4,38



KE 2	0	2	16	39	43	4,23
KE 3	0	2	6	44	48	4,38
KE 4	0	1	4	44	51	4,45
Total	0	5	28	177	190	17,52

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan pada variabel kepercayaan adalah 4,38 dengan jumlah sangat setuju (5) yang terbanyak yaitu 190 tanggapan, kemudian setuju (4) dengan total 177 tanggapan, setelah itu tanggapan netral (3) dengan total 28 tanggapan, kemudian tanggapan tidak setuju (2) dengan total 5 tanggapan dan yang terakhir adalah tanggapan sangat tidak setuju (1) dengan tidak ada tanggapan. Adapun jumlah rata-rata tertinggi dari 4 pernyataan variabel kepercayaan adalah pada pernyataan pertama yaitu “saya merasa layanan *action mobile* selalu akurat” dengan rata-rata 4,46. sedangkan yang terendah adalah pernyataan kedua yaitu “saya merasa sistem pada *action mobile* tidak pernah salah dalam memproses transaksi” dengan nilai rata-rata 4,27, hal tersebut dikarenakan *action mobile banking* terkadang salah dalam memproses transaksi seperti transfer ke rekening lain akan tetapi uangnya belum masuk, kesalahan dalam jumlah atau mutasi dan sebagainya.

#### 4.3.2 Deskripsi Variabel Kemudahan Penggunaan

Pada variabel kemudahan penggunaan terdapat 5 pernyataan. Diantara hasil tanggapan responden di masing-masing pernyataan bisa dilihat pada Tabel 4.6.

**Tabel 4. 6**  
**Deskripsi Variabel Kemudahan Penggunaan**

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rerata
KP 1	1	1	4	46	48	4,39	4,31
KP 2	1	0	1	55	43	4,39	
KP 3	1	1	15	56	27	4,07	
KP 4	1	1	6	52	40	4,29	
KP 5	0	2	4	42	52	4,44	
Total	4	5	30	251	210	21,58	

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan pada variabel kemudahan penggunaan adalah 4,31 dengan jumlah setuju (4) yang terbanyak yaitu 251 tanggapan, kemudian sangat setuju (5) dengan total 210 tanggapan, setelah itu tanggapan netral (3) dengan total 30 tanggapan, kemudian tanggapan tidak setuju (2) dengan total 5 tanggapan dan yang terakhir adalah tanggapan sangat tidak setuju (1) dengan 4 tanggapan. Adapun jumlah rata-rata tertinggi dari 5 pernyataan variabel kemudahan penggunaan adalah pada pernyataan kelima yaitu “transaksi menggunakan *action mobile* dapat dilakukan kapan saja tanpa batas waktu” dengan rata-rata 4,44. sedangkan yang terendah adalah pernyataan ketiga yaitu ”saya merasa apa yang saya butuhkan dapat diselesaikan dengan menggunakan *action mobile*” dengan nilai rata-rata 4,07, hal tersebut dikarenakan nasabah juga harus ke bank atau ATM apabila membutuhkan uang dalam bentuk *cash* sehingga tidak semua yang dibutuhkan mampu diselesaikan dengan menggunakan *mobile banking*.

### 4.3.3 Deskripsi Variabel Kemanfaatan

Pada variable kemanfaatan terdapat 5 pernyataan. Diantara hasil tanggapan responden di masing-masing pernyataan bisa dilihat pada Tabel 4.7.

**Tabel 4. 7**  
**Deskripsi Variabel Kemanfaatan**

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rerata
KF 1	1	2	4	52	41	4,30	4,29
KF 2	1	4	4	43	48	4,33	
KF 3	0	5	4	47	43	4,29	
KF 4	2	2	4	49	43	4,29	
KF 5	3	4	8	36	49	4,24	
Total	7	17	24	227	224	21,45	

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan pada variabel kemanfaatan adalah 4,29 dengan jumlah setuju (4) yang terbanyak yaitu 227 tanggapan, kemudian sangat setuju (5) dengan total 224 tanggapan, setelah itu tanggapan netral (3) dengan total 24 tanggapan, kemudian tanggapan tidak setuju (2) dengan total 17 tanggapan dan yang terakhir adalah tanggapan sangat tidak setuju (1) dengan 7 tanggapan. Adapun jumlah rata-rata tertinggi dari 5 pernyataan variabel kemanfaatan adalah pada pernyataan kedua yaitu “saya merasa dengan adanya *action mobile* meningkatkan efektivitas dalam pekerjaan dan kebutuhan transaksi keuangan” dengan rata-rata 4,33, sedangkan yang terendah adalah pernyataan kelima yaitu ”saya merasa manfaat layanan *action mobile* dapat menghemat biaya dalam melakukan transaksi” dengan nilai rata-rata 4,24. hal tersebut

dikarenakan dengan menggunakan *action mobile banking* mampu menimbulkan sifat konsumtif, sehingga penggunaan *mobile banking* juga mampu menimbulkan kerugian kepada nasabah.

#### 4.3.4 Deskripsi Variabel Pengguna

Pada variable pengguna terdapat 4 pernyataan. Diantara hasil tanggapan responden di masing-masing pernyataan bisa dilihat pada Tabel 4.8.

**Tabel 4. 8**  
**Deskripsi Variabel Pengguna**

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rerata
PE 1	1	2	4	52	41	4,48	4,26
PE 2	1	4	4	43	48	4,32	
PE 3	0	5	4	47	44	4,10	
PE 4	2	2	4	49	43	4,17	
Total	4	13	16	191	176	17,07	

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan pada variabel pengguna adalah 4,26 dengan jumlah setuju (4) yang terbanyak yaitu 191 tanggapan, kemudian sangatsetuju (5) dengan total 176 tanggapan, setelah itu tanggapan netral (3) dengan total 16 tanggapan, kemudian tanggapan tidak setuju (2) dengan total 13 tanggapan dan yang terakhir adalah tanggapan sangat tidak setuju (1) dengan 4 tanggapan. Adapun jumlah rata-rata tertinggi dari 4 pernyataan variabel pengguna adalah pada pernyataan pertama yaitu “saya tertarik dalam menggunakan layanan *action mobile*” dengan rata-rata 4,48. sedangkan yang terendah adalah pernyataan ketiga yaitu ”saya mencari informasi

tentang *action mobile* dari berbagai sumber” dengan nilai rata-rata 4,10. hal tersebut dikarenakan informasi yang didapatkan untuk menggunakan *action mobile banking* dapat didapatkan dari bank dan juga mudah untuk dipelajari.

### 4.3 Uji Instrumen

#### 4.3.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji untuk melihat valid atau tidaknya kuisioner yang telah dilampirkan. Pada uji validitas memperlihatkan antara  $r$  hitung atau *person correlation* dengan  $r$  tabel. Kriteria pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  berdasarkan signifikan 0,050 dan 2 sisi dengan derajat kebebasan  $df = n-2 = 100-2 = 98$  ( $n$  adalah jumlah data), sehingga  $r_{tabel}$  yang diperoleh dari tabel statistik adalah sebesar 0,196 dan pernyataan dalam kuisioner dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Adapun uji validitas pada variabel kepercayaan, kemudahan penggunaan dan kemanfaatan terhadap pengguna *Mobile Banking Action* dapat dilihat pada tabel di bawah

**Tabel 4. 9**  
**Uji Validitas**

Variabel	Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Kepercayaan (X <sub>1</sub> )	X1.1	0,691	0,196	Valid
	X1.2	0,844	0,196	Valid
	X1.3	0,812	0,196	Valid
	X1.4	0,688	0,196	Valid
Kemudahan Penggunaan (X <sub>2</sub> )	X2.1	0,735	0,196	Valid
	X2.2	0,802	0,196	Valid
	X2.3	0,833	0,196	Valid
	X2.4	0,840	0,196	Valid

	X2.5	0,732	0,196	Valid
Kemanfaatan (X <sub>3</sub> )	X3.1	0,834	0,196	Valid
	X3.2	0,852	0,196	Valid
	X3.3	0,780	0,196	Valid
	X3.4	0,842	0,196	Valid
	X3.5	0,804	0,196	Valid
Pengguna (Y)	Y.1	0,812	0,196	Valid
	Y.2	0,789	0,196	Valid
	Y.3	0,853	0,196	Valid
	Y.4	0,836	0,196	Valid

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pertanyaan dalam instrumen variabel tersebut terdapat nilai yang dinyatakan valid. Hal ini diketahui bahwa perbandingan setiap nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ , dan hasilnya memperlihatkan bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  sehingga mendapatkan nilai yang valid.

#### 4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas bertujuan untuk melihat bagaimana sebuah indikator konsisten atau bagaimana indeks tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur yang dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu variabel dikatakan dapat dipercaya apabila *coefecient cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 (>0,60). Adapun pengujian reliabilitas pada setiap variabel yang ada di penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 10**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpha	Standar Alpha	Keterangan
Kepercayaan (X <sub>1</sub> )	4	0,60	0,802	Reliabel

Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ )	5		0,806	Reliabel
Kemanfaatan ( $X_3$ )	5		0,804	Reliabel
Penggunaan (Y)	4		0,821	Reliabel

Sumber: Data diolah (2023)

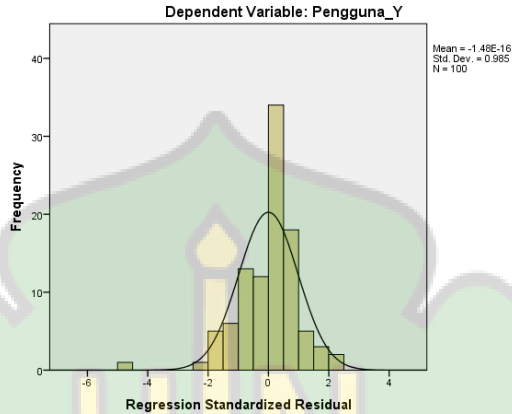
Pada tabel memperlihatkan nilai dari *cronbach alpha* variabel kepercayaan ( $X_1$ ) yaitu sebesar 0,802, nilai pada variabel kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) adalah sebesar 0,806, nilai pada variabel kemanfaatan ( $X_3$ ) adalah sebesar 0,804 dan pada variabel pengguna (Y) nilainya sebesar 0,821. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai *cronbach alpha* tiap-tiap variabel  $> 0,60$ . Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa instrumen pertanyaan yang digunakan sebagai indikator pada seluruh variabel merupakan alat ukur yang reliabel atau konsisten.

#### **4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik**

##### **4.4.1 Hasil Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah sampel yang digunakan pada suatu penelitian berdistribusi normal atau tidak, pengujian normalitas data dalam penelitian ini hanya akan dapat dilihat melalui grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi menggunakan software SPSS. Pengujian dengan grafik berikut pola hasil dari pengolah SPSS dapat dilihat pada Gambar 4.3

**Gambar 4. 3**  
**Histogram**



Sumber: Data diolah (2023)

Untuk model regresi pada penelitian ini sudah memenuhi normalitas hal ini dapat dilihat dari histogram yang tidak condong ke kiri maupun ke kanan, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi apakah kepercayaan, kemudahan penggunaan dan kemanfaatan berpengaruh terhadap pengguna dalam menggunakan *Mobile Banking Action*.

#### **4.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditentukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik dan layak digunakan adalah model yang terhindar dari korelasi antara variabel bebas. Hasil pengujian multikolinieritas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.11



**Tabel 4. 11**  
**Uji Multikolinieritas**

Model	Colinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Kepercayaan ( $X_1$ )	0,477	2.096
Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ )	0,452	2,210
Kemanfaatan ( $X_3$ )	0,433	2,309

Sumber: Data diolah (2023)

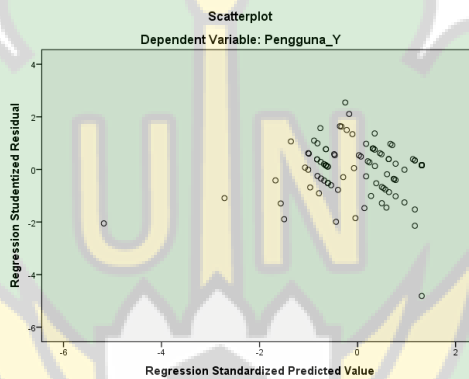
Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat model regresi bebas dari multikolinieritas, hal ini dapat dilihat dari nilai *tolerance* baik dari variabel kepercayaan ( $X_1$ ) yang memiliki nilai sebesar 0,477, pada variabel kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) dengan nilai sebesar 0,452 dan pada variabel kemanfaatan ( $X_3$ ) memiliki nilai sebesar 0,433. Hal ini memperlihatkan bahwa setiap variabel mempunyai nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 ( $>0,10$ ). Sedangkan nilai VIF pada variabel kepercayaan ( $X_1$ ) sebesar 2,096, pada variabel kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) memiliki nilai sebesar 2,210 dan pada variabel kemanfaatan ( $X_3$ ) memiliki nilai sebesar 2,309, sehingga hal ini memperlihatkan bahwa nilai VIF dari setiap variabel lebih kecil dari 10 ( $<10$ ). Maka dari data atau nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terbebas atau tidak terjadinya multikolinieritas.

#### 4.4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lain atau gambaran hubungan antara nilai yang

diprediksi dengan *standarized delete residual* nilai tersebut. Sehingga model juga terbebas dari heteroskedasitas. Hal ini dapat dilihat pada *scatterplot* yang titik-titik di grafiknya tersebar dan titik mengumpul membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 4.4

**Gambar 4. 4  
Scatterplot**



Sumber: Data diolah (2023)

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

#### **4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kepercayaan ( $X_1$ ), kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) dan

kemanfaatan ( $X_3$ ) terhadap pengguna *action mobile* dengan menggunakan SPSS, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 12**  
**Uji Regresi Linear Berganda**

Variabel	Regresi Linear Berganda
Constant	2,156
Kepercayaan ( $X_1$ )	0,367 ( $b_1$ )
Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ )	0,287 ( $b_2$ )
Kemanfaatan ( $X_3$ )	0,216 ( $b_3$ )

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan perhitungan data yang disajikan pada Tabel 4.12, maka menghasilkan persamaan linear berganda sebagai berikut:

Persamaan model regresi linear pada penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 2,156 + 0,367 X_1 + 0,287 X_2 + 0,216 X_3$$

Berdasarkan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai dari konstanta mempunyai arah koefisien regresi yaitu sebesar 2,156 yang artinya apabila kepercayaan, kemudahan penggunaan dan kemanfaatan tetap atau konstan, maka pengguna *Mobile Banking Action* sebesar 2,156.
2. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan uji regresi linear berganda koefisien kepercayaan ( $X_1$ ) bernilai positif sebesar 0,367 yang artinya menunjukkan setiap kenaikan kepercayaan bernilai positif sebesar 1 satuan maka akan meningkat pengguna *Mobile Banking Action* sebesar 0,367

dengan asumsi variabel bebas lain sama dengan nol atau konstan.

3. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan uji regresi linear berganda koefisien kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) bernilai positif sebesar 0,287 yang artinya menunjukkan setiap kenaikan kemudahan penggunaan bernilai positif sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan pengguna *Mobile Banking Action* sebesar 0,287 dengan asumsi variabel bebas lain sama dengan nol atau konstan.
4. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan uji regresi linear berganda koefisien kemanfaatan ( $X_3$ ) bernilai positif sebesar 0,216 yang artinya menunjukkan setiap kenaikan kemanfaatan bernilai positif sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan pengguna *Mobile Banking Action* sebesar 0,216 dengan asumsi variabel bebas lain sama dengan nol atau konstan.

#### **4.6 Hasil Uji Hipotesis**

##### **4.6.1 Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Berdasarkan uji parsial atau uji t melalui analisis regresi, diperoleh variabel bebas yaitu kepercayaan ( $X_1$ ), kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) dan kemanfaatan ( $X_3$ ) terhadap variabel pengguna ( $Y$ ). kriteria dari pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  berdasarkan signifikan 0,050 dan 2 sisi dengan derajat kebebasan  $df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$

(n merupakan jumlah data dan k merupakan jumlah variabel bebas). Sehingga  $t_{tabel}$  yang diperoleh dari tabel statistik adalah sebesar 1,985. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima sedangkan apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak.

**Tabel 4. 13**  
**Uji Parsial**

Variabel	$T_{hitung}$	Sig
Constant	2,089	0,038
Kepercayaan ( $X_1$ )	3,146	0,002
Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ )	3,268	0,002
Kemanfaatan ( $X_3$ )	3,046	0,003

Sumber: Data diolah (2023)

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS pada Tabel 4.12 dapat diketahui bahwa hasil dari uji t untuk variabel kepercayaan ( $X_1$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 3,146 dengan nilai signifikan sebesar 0,002. Nilai signifikan  $0,002 < 0,050$  dengan menggunakan signifikan ( $\alpha$ ) 0,050. Dengan demikian,  $t_{hitung}$  (3,146)  $> t_{tabel}$  (1.985). Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kepercayaan terhadap pengguna *Mobile Banking Action*.

Sedangkan pengujian pada variabel kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 3,268 dengan nilai signifikan sebesar 0,002. Nilai signifikan  $0,002 < 0,050$  dengan menggunakan signifikan ( $\alpha$ ) 0,050. Dengan demikian,  $t_{hitung}$  (3,268)  $> t_{tabel}$  (1.985). Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kemudahan penggunaan terhadap pengguna *Mobile Banking Action*.

Sedangkan pengujian pada variabel kemanfaatan ( $X_3$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 3,046 dengan nilai signifikan sebesar 0,003. Nilai signifikan  $0,003 < 0,050$  dengan menggunakan signifikan ( $\alpha$ )

0,050. Dengan demikian,  $t_{hitung} (3,046) > t_{tabel} (1.985)$ . Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kemanfaatan terhadap pengguna *Mobile Banking Action*.

Dari hasil analisis diatas, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak yaitu variabel kepercayaan, kemudahan penggunaan dan kemanfaatan berpengaruh terhadap pengguna *Mobile Banking Action*.

#### 4.6.2 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji F digunakan untuk menguji secara bersama-sama pengaruh antara variabel kepercayaan ( $X_1$ ), kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) dan kemanfaatan ( $X_3$ ) terhadap variabel pengguna *Mobile Banking Action* (Y), pengujian ini dilakukan dengan menggunakan alat uji statistik.

Metode Fisher atau uji F pada tingkat kepercayaan 0,050 dengan kriteria membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  yang dapat diketahui dengan menghitung  $df_1$  (jumlah data variabel - 1) = 3 - 1 = 2 dan  $df_2$   $n-k-1 = 100 - 3 - 1 = 96$ . Sehingga  $F_{tabel}$  yang diperoleh sebesar 2,70. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima, dan apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$   $H_a$  ditolak secara ANNOVA<sup>a</sup> dapat dijelaskan pada Tabel 4.14.

**Tabel 4. 14**  
**Uji Simultan**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	411.069	3	137.023	51.496	.000 <sup>b</sup>

	Residual	255.441	96	2.661		
	Total	666.510	99			

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 51,496 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,050$ ), sedangkan nilai  $F_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) adalah sebesar 2,70. Hal ini berarti nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $51,496 > 2,70$ ). Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan, kemudahan penggunaan dan kemanfaatan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap pengguna *Mobile Banking Action* atau dengan kata lain hipotesis  $H_a$  diterima.

#### 4.6.3 Uji Determinasi

Koefesien determinasi ( $R^2$ ) merujuk kepada kemampuan dari variabel independen (X) dalam menerangkan variabel dependen (Y). Nilai R koefesien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu. Nilai R square menurut Chin, (1998) dikategorikan sebagai berikut:

1. Jika nilai R square  $> 0,67$  maka dikategorikan kuat
2. Jika nilai R square  $0,34 - 0,67$  maka dikategorikan moderat
3. Jika nilai R square  $0 - 0,33$  maka dikategorikan rendah

**Tabel 4. 15**  
**Uji Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.785 <sup>a</sup>	.617	.605	1.631

Sumber: Data diolah (2023)

Komponen-komponen yang terkait dengan koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.15. Dari tabel diatas nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,617. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, kemudahan pengguna dan kemanfaatan mempengaruhi pengguna *action mobile banking* pada kategori moderat yaitu 0,34 – 0,67 (Chin, 1988). Sedangkan sisanya 0383, termasuk kategori moderat yaitu 0,34 – 0,67 yang dijelaskan oleh variabel yang tidak terdapat dalam penelitian.

## **4.7 Pembahasan**

### **4.7.1 Pengaruh Kepercayaan ( $X_1$ ) Terhadap Pengguna *Action Mobile* Pada PT. Bank Aceh Syariah**

Berdasarkan hasil pengolahan data maka didapatkan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,146 > 1,985$  dengan signifikan  $< 0,050$  yaitu  $0,002 < 0,050$  maka kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengguna *Action Mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah. Pengaruh kepercayaan terhadap pengguna *Action Mobile* sebesar 0,367 atau positif signifikan, apabila variable kepercayaan meningkat sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan variabel pengguna sebesar 36,7%.

Pengaruh kepercayaan terhadap pengguna *Action Mobile* oleh nasabah PT. Bank Aceh Syariah dikarenakan nasabah telah mendapatkan pelayanan yang baik, selain itu nasabah juga merasa bahwa dalam menggunakan *Action Mobile* mampu melakukan transaksi sesuai dengan harapan nasabah dan tidak pernah melakukan kesalahan dalam transaksi. Rasa kepercayaan juga akan



muncul dari keamanan yang diberikan oleh *Action Mobile*, sehingga nasabah akan menggunakan *Action Mobile* dalam jangka waktu yang panjang.

Apabila kepercayaan meningkat maka pengguna *Mobile Banking* juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya apabila rasa percaya dari nasabah tidak ada sama sekali maka pengguna *Mobile Banking* akan turun. Sehingga rasa kepercayaan merupakan faktor yang penting dalam meningkatkan pengguna *Mobile banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Pratama & Suputra (2019,). Maulidiyah (2017) dan Joni, Yulianti & Hamdiah (2022) yang menyatakan bahwa rasa kepercayaan akan menjadi pondasi dalam meningkatkan penggunaan suatu produk atau jasa, sehingga dengan meningkatnya rasa kepercayaan dari nasabah maka juga akan meningkatkan penggunaan pada suatu atau jasa.

#### **4.7.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X<sub>2</sub>) Terhadap Pengguna *Action Mobile* Pada PT. Bank Aceh Syariah**

Berdasarkan hasil pengolahan data maka didapatkan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,268 > 1,985$  dengan signifikan  $0,002 < 0,050$  maka kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengguna *Action Mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah. Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap pengguna *Action Mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah sebesar 0,287 atau positif signifikan, apabila variabel kemudahan penggunaan meningkat sebesar 1 satuan maka

akan meningkatkan variabel pengguna *Action Mobile* sebesar 28,7%.

Pengaruh kemudahan terhadap minat pengguna *Action Mobile* oleh nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah dikarenakan nasabah mudah memahami proses pada *Action Mobile* dalam pengoperasian aplikasinya, sehingga dengan *Action Mobile* memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi baik pembelian maupun pembayaran. Kemudahan dalam melakukan transaksi pembelian ataupun pembayaran secara modern yang tidak diperlukannya pertemuan antara pembeli dan penjual. Selain itu nasabah dapat mengakses hanya melalui *smartphone*. Kemudahan dapat diukur dengan mudahnya seseorang dalam menggunakan atau mengoperasikan sebuah teknologi atau kemudahan dalam mengakses *Action Mobile*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Pratama & Suputra (2019,) dan Joni, Yulianti & Hamdiah (2022) bahwa kemudahan dalam menggunakan teknologi keuangan akan menimbulkan minat dalam menggunakan. Sehingga dari kemudahan akan timbulnya proses masyarakat dalam memilih, menimbang dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh tentang kemudahan dalam menggunakan yang kemudian akan direspon melalui tindakan.

### **4.7.3 Pengaruh Kemanfaatan (X<sub>3</sub>) Terhadap Pengguna *Action Mobile* Pada PT. Bank Aceh Syariah**

Berdasarkan hasil pengolahan data maka didapatkan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,046 > 1,985$  dengan signifikan  $< 0,003$  yaitu  $0,003 < 0,050$  maka kemanfaatan mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengguna *Action Mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah. Pengaruh kemanfaatan terhadap pengguna *Action Mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah sebesar 0,216 atau positif signifikan, apabila variable kemanfaatan meningkat sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan variabel pengguna *Action Mobile* sebesar 21,6%.

Pengaruh manfaat terhadap pengguna *Action Mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah dalam penggunaan *Mobile Banking* dikarenakan dapat mempercepat nasabah dalam melakukan transaksi, sehingga penggunaan *Mobile Banking* lebih efektif. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat bagi nasabah dalam menggunakan *Action Mobile Banking* dapat mempercepat proses transaksi sehingga akan membuat pembelian ataupun pembayaran lebih efisien dan efektif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Pratama & Suputra (2019,) dan Maulidiyah (2017) yang menyatakan bahwa manfaat yang diterima oleh masyarakat dalam memudahkan pekerjaan atau bahkan dapat menghasilkan pendapatan bagi mereka maka akan dapat menimbulkan rasa minat dalam menggunakan barang tersebut.

### **4.7.3 Pengaruh Kepercayaan ( $X_1$ ), Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ ) dan Kemanfaatan ( $X_3$ ) Terhadap Pengguna *Action Mobile* Pada PT. Bank Aceh Syariah**

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 51,496 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,050$ ), sedangkan nilai  $F_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) adalah sebesar 2,70. Hal ini berarti nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $51,496 > 2,70$ ). Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan, kemudahan penggunaan dan kemanfaatan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap pengguna *Mobile Banking Action* atau dengan kata lain hipotesis  $H_a$  diterima.

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,617. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, kemudahan pengguna dan kemanfaatan mempengaruhi pengguna *action mobile banking* pada kategori moderat yaitu 0,34 – 0,67 (Chin, 1988). Sedangkan sisanya 0383, termasuk kategori moderat yaitu 0,34 – 0,67 yang dijelaskan oleh variabel yang tidak terdapat dalam penelitian.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan hasil maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Kepercayaan berpengaruh terhadap pengguna *Action Mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah.
2. Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap pengguna *Action Mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah.
3. Kemanfaatan berpengaruh terhadap pengguna *Action Mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah.
4. Kepercayaan, kemudahan penggunaan dan kemanfaatan berpengaruh secara bersama-sama terhadap pengguna *Action Mobile* pada PT. Bank Aceh Syariah.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil yang didapatkan peneliti, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kepada PT. Bank Aceh Syariah agar kedepannya untuk meningkatkan fitur-fitur yang tersedia dan pelayanan, baik itu dari segi produk ataupun jasa. Sehingga dengan adanya produk ataupun jasa terbaru yang dapat memudahkan dan memberikan manfaat kepada pengguna ataupun calon pengguna sehingga dengan hal tersebut dapat

meningkatkan kepercayaan dalam mempengaruhi pengguna dalam menggunakan *Mobile Banking*. Selain adanya produk atau jasa *Mobile Banking* juga harus menyediakan promo yang dapat memudahkan dan bermanfaat bagi pengguna sehingga pengguna *Mobile Banking*, baik yang sudah menggunakan maupun calon pengguna dapat mempertahankan pengguna lama maupun pengguna baru.

2. Kepada nasabah diharapkan mampu memaksimalkan teknologi yaitu *Mobile Banking* yang telah ada untuk mampu memberikan kemudahan dalam menjalankan usahanya, serta mampu memaksimalkan manfaat yang dihasilkan dari *Mobile Banking* yang telah ada.
3. Kepada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya agar penelitian ini dapat lebih luas dalam melihat minat masyarakat, variabel yang dapat ditambahkan meliputi kualitas produk, kualitas jasa, tingkat keamanan, atau lebih fokus ke gaya hidup yang dijalankan oleh masyarakat sekitar sehingga bisa menggunakan variabel *lifestyle*, hedonisme, *prestise*, gengsi dan lain sebagainya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Action Bank Aceh. (2020). *Menu Action*. Retrieved 2021, from [actionbankaceh.co.id :https://www.action.bankaceh.co.id](https://www.action.bankaceh.co.id).
- Afifah, R. (2017). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, dan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri. (Skripsi). Jakarta:Perbankan.
- Bambang. (2011). Manajemen Perbankan. Jakarta: GrahaIndonesia.
- Davis.(1989). Perived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology. *MS Quarterly*, (Online) Vol. 13. 1989.
- Fernos, J & Alfadino, M. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru,Dharmasraya.*Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*. Vol. 16, No. 2
- Fian, A,J. (2016).Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya.*Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5, No.6
- Hadi dan Novi, (2015). Faktor – faktor Yang MempengaruhiPenggunaan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*.
- Humas Aceh. (2020, November Selasa). *Gebernur Luncurkan Mobile Banking Action Bank Aceh Syariah*. Retrieved Januari 2021,fromHumas.Acehprov.go.id: <http://humas.acehprov.go.id>
- Indrawan, R dan Yaniawati, P. (2014).*Matode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan CampuranuntukManajemen, Pembangunan,danPendidikan*. Bandung : Refika Aditama
- Ismail. (2011). Perbankan Syariah. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Istiarni, P. R. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening. (Skripsi). Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi
- Joni, Yulianti. R & Hamdiah. C. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan mobile banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh). *Jurnal Serambi Konstruktivis*, Volume 4, No.2
- Kartiniwati. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Millenials Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi pada Bank Syariah Mandiri KC Banda Aceh). (Skripsi). tidak dipublikasi. Banda Aceh: UIN Ar-raniry.
- Kasmir. (2016). Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kurniawan, D dan Samuel, H. (2013). Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory Of Reasoned Action. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1. No.1. 13.
- Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kristianti, L, M & Pambudi, R. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi*, Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Maulidiyah, Sakina (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kesesuaian Terhadap



Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri Di Surabaya. *Artikel Ilmiah*. Surabaya: STIE Perbanas Surabaya

Muflih, (2016). Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi. Islam, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Novitasari, F. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19. Skripsi. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.

Pranidana, S, A. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA Untuk Menggunakan KLIK-BCA. (Skripsi). Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Pratama, B, A & Suputra, D, G, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* .Vol.27.2.Mei (2019): 927 - 953

Putri, Y. H., & Syathiri, A. (2016). Pengaruh Persepsi dan Minat Terhadap Keberadaan Baitul Mal Wattamwil (BMT) di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya*. 14(3), 395-406.

Rahayu, P, P. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking. (Skripsi). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Rahmawati & Haq, S, D. (2019). Mobile Banking: Analisa Penggunaan Pada Nasabah Pt. Bank Aceh Syariah Cabang Lhokseumawe: Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, Vol. 3 No. 2.

- Regita, Ayu. (2020). Analisis Pengaruh Kenyamanan, Kepercayaan Serta Fitur Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Pada BRIS KC Rivai Palembang. (Skripsi). Palembang: UIN Raden Fatah Palembang.
- Saputri, Dara. (2017). Pengaruh Kemudahan, Daya Guna, Kenyamanan, Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Pengguna Mobile Banking pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang. (Skripsi). Solo: UIN Salatiga.
- Setia W, B. (2005). Pengertian, Peranan dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartono, I. (2002). *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sujarweni V, W. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supriyati, & Cholil, M. (2017). Aplikasi Technology Acceptance Model pada Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 17(1), 81-102.
- Wibowo, A. (2008). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Sistem Informasi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuisoner

Kepada Yth, Saudara/i responden  
Nasabah PT.Bank Aceh Syariah

Assalamualaikum Wr. Wb

Dalam rangka penelitian tugas akhir/strata (S1) yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Terhadap Pengguna *Action Mobile* Pada PT. Bank Aceh Syariah”, dengan ini saya:

Nama : Agnes Alifkha Yuza Rachmayanis  
NIM : 180603113  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Melalui kesempatan ini saya mohon ketersediaan saudara/i untuk menjadi responden dengan mengisi lembar kuisoner ini. Mengingat data yang saya kumpulkan ini sangat berartidan pengaruhnya terhadap hasil penelitian ini, maka saya mohon kepada responden untuk mengisi kuisoner ini secara jujur dan benar. Peneliti menjamin kerahasiaan identitas dan setiap jawaban responden. Atas ketersediaan dan bantuan para responden untuk mengisi kuisoner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Hormat Saya,

Agnes Alifkha Yuza Rachmayanis

Apakah anda nasabah Bank Aceh Syariah?

Ya

Tidak

\*jika jawaban anda Ya, silahkan lanjutkan pertanyaan selanjutnya. Jika jawaban anda Tidak, silahkan berhenti sampai disini, karena responden yang saya teliti adalah nasabah Bank Aceh Syariah, terima kasih.

Apakah anda pengguna aplikasi *action mobile* Bank Aceh Syariah?

Ya

Tidak

\*jika jawaban anda Ya, silahkan lanjutkan pertanyaan selanjutnya. Jika jawaban anda Tidak, silahkan berhenti sampai disini, karena responden yang saya teliti adalah nasabah yang menggunakan aplikasi *action mobile* Bank Aceh Syariah, terima kasih.

Sudah berapa lama anda menggunakan *action mobile* Bank Aceh Syariah?

<1 Tahun

1 Tahun

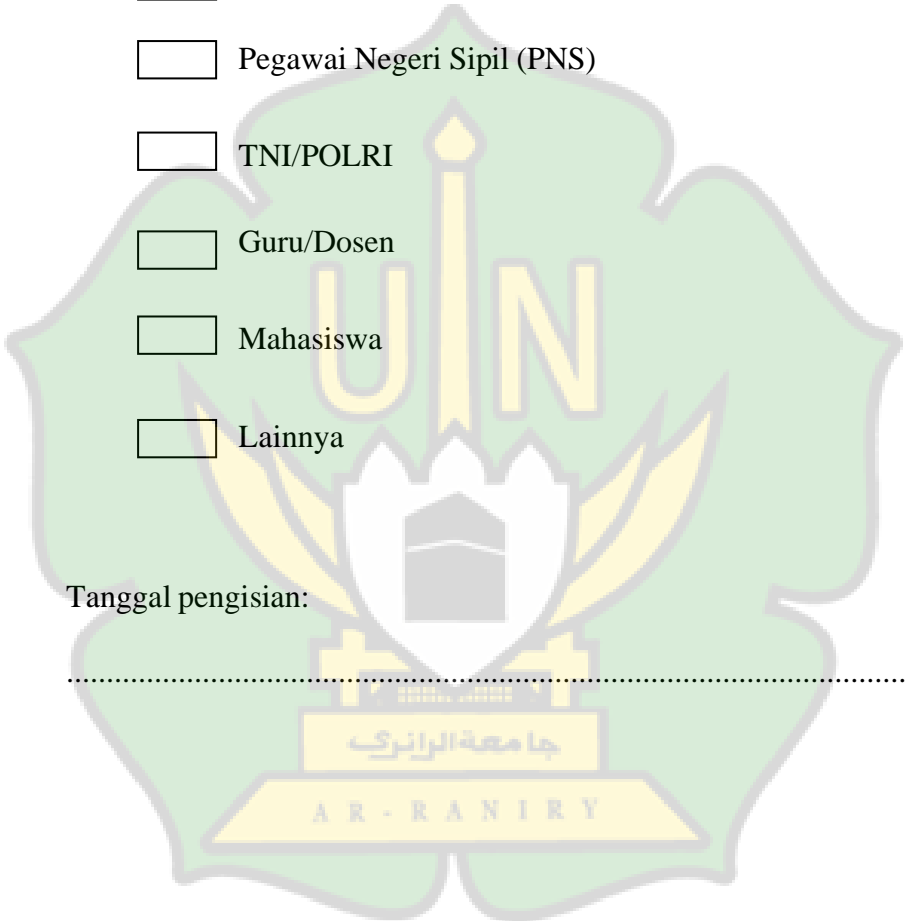
>1 Tahun

Apa profesi anda saat ini?

- Pegawai Bank (Banker)
- Wiraswasta
- Pegawai Negeri Sipil (PNS)
- TNI/POLRI
- Guru/Dosen
- Mahasiswa
- Lainnya

Tanggal pengisian:

.....



### A. Profil Responden

Petunjuk Pengisian: Berilah tanda *check list* () atau tanda **silang (X)** pada pilihan jawabanyang ada:

1. Nama :

2. Jenis Kelamin :

3. Usia Anda saat ini

18 – 20 tahun

21 – 30 tahun

31 – 40 tahun

> 40 tahun

### B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Isilah data diri anda sebelum melakukan pengisian kuesioner.
2. Berikut ini keterangan alternatif pilihan jawaban yang tersedia, yaitu:

<b>SS</b>	<b>Sangat Setuju</b>
<b>S</b>	<b>Setuju</b>
<b>KS</b>	<b>Kurang Setuju</b>
<b>TS</b>	<b>Tidak Setuju</b>
<b>STS</b>	<b>Sangat Tidak Setuju</b>

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat dengan memberi tanda **check list**

() atau tanda **silang (X)** pada kotak yang disediakan dibawah ini:

**Variabel Kepercayaan (X1)**

No.	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasa layanan <i>action mobile</i> selalu akurat					
2.	Saya merasa sistem pada <i>action mobile</i> tidak pernah salah dalam memproses transaksi					
3.	Saya merasa layanan <i>action mobile</i> dapat dipercaya					
4.	Saya akan tetap menggunakan <i>action mobile</i> dalam jangka waktu yang lama.					

### Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)

No.	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya dapat mempelajari layanan <i>action mobile</i> dengan mudah					
2.	Saya merasa layanan <i>action mobile</i> mudah digunakan oleh penggunanya					
3.	Saya merasa apa yang saya butuhkan dapat diselesaikan dengan menggunakan <i>action mobile</i>					
4.	Saya merasa transaksi dalam <i>action mobile</i> jelas dan mudah dioperasikan.					
5.	Transaksi menggunakan <i>action mobile</i> dapat dilakukan kapan saja tanpa batas waktu					



### Variabel Kemanfaatan (X3)

No.	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya dapat melakukan transaksi perbankan lebih mudah dengan menggunakan layanan <i>action mobile</i>					
2.	Saya merasa dengan adanya <i>action mobile</i> meningkatkan efektivitas dalam pekerjaan dan kebutuhan transaksi keuangan					
3.	Saya merasa saat menggunakan <i>action mobile</i> dapat mempercepat waktu dalam penelusuran informasi yang saya butuhkan di <i>action mobile</i>					
4.	Saya merasakan sistem layanan <i>action mobile</i> bermanfaat dalam pekerjaan saya					

5.	Saya merasa manfaat layanan <i>action mobile</i> dapat menghemat biaya dalam melakukan transaksi.					
----	---------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

### Variabel Pengguna (Y)

No.	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya tertarik dalam menggunakan layanan <i>action mobile</i> .					
2.	Saya senang merekomendasikan <i>action mobile</i> kepada orang lain.					
3.	Saya lebih memilih menggunakan <i>mobile banking action</i> daripada <i>mobile banking</i> lainnya					
4.	Saya mencari informasi tentang <i>action mobile</i> dari berbagai sumber.					

## Lampiran 2 Tabulasi Data

### 1. Variabel Kepercayaan ( $X_1$ ) dan Kemudahan ( $X_2$ )

No	K1	K2	K3	K4	X1	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	X2
1	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
2	5	5	4	5	19	5	5	4	5	5	24
3	4	5	5	4	18	4	4	4	5	5	22
4	4	5	3	4	16	5	5	4	4	5	23
5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24
6	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
7	5	5	5	5	20	5	5	3	3	3	19
8	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
10	3	4	5	4	16	5	4	3	4	5	21
11	5	3	4	5	17	4	4	3	4	4	19
12	4	3	4	5	16	4	4	3	4	5	20
13	4	4	4	5	17	4	4	4	4	3	19
14	5	5	5	5	20	5	5	4	4	3	21
15	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	20
16	4	3	2	5	14	2	4	2	3	5	16
17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	21
18	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
19	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20
20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
21	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	24
22	4	4	4	5	17	5	5	4	4	5	23
23	4	3	4	4	15	4	4	3	4	4	19
24	5	4	4	4	17	4	4	4	4	3	19
25	5	2	2	2	11	5	5	3	3	4	20
26	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21
27	4	5	4	4	17	5	4	4	5	5	23
28	4	5	5	4	18	5	4	4	4	4	21
29	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
30	4	5	5	5	19	4	4	4	4	4	20
31	4	4	4	3	15	5	4	4	2	4	19
32	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	20
33	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	24
34	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
35	5	5	5	3	18	4	4	3	4	4	19
36	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
37	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
38	4	3	4	4	15	4	5	4	4	5	22

39	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
40	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25
41	4	5	4	4	17	4	3	3	3	4	17
42	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
43	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
44	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
45	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
47	5	5	5	4	19	4	4	4	5	5	22
48	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
49	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
50	4	3	3	4	14	4	4	4	4	4	20
51	4	3	5	4	16	4	4	4	4	4	20
52	4	3	4	4	15	5	4	4	4	4	21
53	5	5	5	5	20	4	5	4	4	5	22
54	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
55	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20
56	4	4	5	4	17	4	5	4	5	5	23
57	4	4	4	5	17	3	4	3	4	3	17
58	3	3	3	3	12	1	1	1	1	1	5
59	4	4	4	4	16	4	5	3	3	4	19
60	4	3	4	5	16	4	4	4	4	4	20
61	4	3	3	4	14	4	5	4	3	5	21
62	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19
63	4	3	3	4	14	3	4	4	4	4	19
64	4	4	4	5	17	4	4	3	4	4	19
65	5	4	4	5	18	5	5	4	4	5	23
66	5	5	5	5	20	4	4	4	4	5	21
67	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
68	4	4	4	5	17	3	4	4	4	4	19
69	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	24
70	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
71	4	3	4	4	15	5	4	3	4	4	20
72	4	2	3	5	14	4	5	4	5	5	23
73	4	3	4	3	14	4	4	4	4	4	20
74	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
75	5	5	4	4	18	5	4	3	4	4	20
76	4	4	5	5	18	5	4	4	5	5	23
77	5	4	5	4	18	4	4	3	5	5	21
78	4	5	5	4	18	5	4	4	4	5	22
79	5	4	4	5	18	5	4	4	5	4	22
80	5	4	5	5	19	4	5	4	5	4	22
81	4	5	5	4	18	5	4	4	4	4	21

82	5	5	4	5	19	5	5	4	5	5	24
83	5	4	5	5	19	5	4	5	4	5	23
84	5	4	5	4	18	5	4	4	5	4	22
85	5	5	4	4	18	5	4	4	4	5	22
86	5	4	5	5	19	3	5	4	4	5	21
87	5	4	4	4	17	5	4	5	4	4	22
88	5	4	5	4	18	5	4	5	4	5	23
89	5	5	4	5	19	4	5	5	4	4	22
90	5	5	5	4	19	4	5	4	5	5	23
91	5	4	5	5	19	4	5	5	5	5	24
92	5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	25
93	5	4	5	4	18	5	4	5	5	5	24
94	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	24
95	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	20
96	4	5	5	5	19	5	4	4	4	5	22
97	5	4	5	5	19	4	5	4	5	5	23
98	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	24
99	5	4	4	5	18	5	4	5	5	4	23
100	5	5	4	5	19	4	5	5	5	5	24

## 2. Variabel Kemanfaatan ( $X_3$ ) dan Pengguna (Y)

No	KE1	KE2	KE3	KE4	KE5	X3	P1	P2	P3	P4	Y
1	2	2	2	2	4	12	5	5	5	5	20
2	5	5	5	5	3	23	5	5	4	3	17
3	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	18
4	4	5	2	3	5	19	5	4	5	5	19
5	5	5	5	5	5	25	5	5	3	3	16
6	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
7	5	5	4	3	2	19	5	5	5	5	20
8	4	5	5	5	5	24	5	5	5	4	19
9	4	5	3	4	3	19	4	4	4	4	16
10	2	2	2	2	2	10	4	3	3	2	12
11	4	4	4	4	4	20	5	4	3	3	15
12	4	3	3	3	3	16	4	4	4	3	15
13	4	4	4	4	2	18	4	4	4	3	15
14	5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	18
15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
16	5	3	2	4	5	19	4	3	2	4	13
17	4	4	4	4	5	21	4	4	3	4	15
18	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
19	5	5	4	5	5	24	4	4	4	3	15

20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
21	5	5	5	5	5	25	5	5	3	4	17
22	4	5	3	5	3	20	4	5	2	3	14
23	4	4	4	4	4	20	4	4	2	4	14
24	3	4	4	4	3	18	4	4	4	5	17
25	3	2	2	1	1	9	3	3	2	2	10
26	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	16
27	5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	17
28	5	4	4	5	5	23	4	5	4	4	17
29	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	17
30	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	19
31	3	2	4	5	1	15	2	3	2	4	11
32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
33	5	5	4	5	4	23	5	4	4	4	17
34	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
35	4	3	4	4	2	17	4	3	4	4	15
36	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
38	4	4	4	4	5	21	4	4	2	3	13
39	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
40	5	5	5	5	5	25	5	4	3	4	16
41	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	16
42	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
43	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
44	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
45	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	17
46	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
47	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
48	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
49	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
50	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	15
51	4	4	5	4	4	21	4	4	4	3	15
52	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
53	4	4	5	4	5	22	4	5	3	5	17
54	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
55	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	17
56	5	5	4	4	5	23	4	4	4	4	16
57	4	5	4	4	3	20	5	5	4	3	17
58	1	1		1	1	4	1	1	1	1	4
59	5	5	3	4	4	21	4	5	3	3	15
60	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
61	4	4	5	4	4	21	5	5	4	4	18
62	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	14

63	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	16
64	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15
65	5	4	5	4	5	23	5	4	5	5	19
66	5	5	5	4	5	24	4	5	4	4	17
67	5	5	5	5	5	25	4	3	3	2	12
68	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
69	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
70	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
71	5	4	4	4	5	22	5	4	3	4	16
72	5	4	5	4	3	21	5	5	3	4	17
73	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
74	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
75	4	5	5	4	4	22	5	4	4	4	17
76	4	4	4	5	4	21	5	4	4	5	18
77	4	5	5	4	4	22	5	4	4	5	18
78	5	5	4	4	5	23	5	4	5	5	19
79	4	5	5	4	5	23	5	5	4	5	19
80	4	5	5	5	5	24	5	4	4	5	18
81	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	19
82	4	5	5	4	4	22	5	5	5	5	20
83	5	5	4	4	5	23	5	5	4	5	19
84	4	5	5	5	4	23	5	5	4	5	19
85	4	5	5	4	5	23	5	4	5	5	19
86	5	4	4	5	5	23	5	4	4	5	18
87	5	4	4	5	4	22	5	4	4	5	18
88	5	4	4	5	4	22	5	5	4	5	19
89	4	5	5	4	5	23	5	3	5	4	17
90	5	4	5	5	4	23	5	4	5	5	19
91	4	5	5	4	5	23	5	4	5	4	18
92	4	4	5	5	5	23	4	5	5	4	18
93	4	4	4	5	5	22	5	4	5	5	19
94	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
95	4	3	5	5	4	21	4	5	5	5	19
96	4	5	4	5	5	23	4	4	4	4	16
97	4	5	4	4	5	22	4	4	5	4	17
98	5	5	5	4	4	23	4	5	5	5	19
99	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	20
100	4	4	5	5	5	23	4	5	5	5	19

### Lampiran 3 Hasil Statistik

1. Uji Validitas
  - a. Variabel Kepercayaan

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Kepercayaan_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.460**	.392**	.368**	.691**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.460**	1	.632**	.381**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.392**	.632**	1	.394**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.368**	.381**	.394**	1	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Kepercayaan_X1	Pearson Correlation	.691**	.844**	.812**	.688**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	



N	100	100	100	100	100
---	-----	-----	-----	-----	-----

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

b. Variabel Kemudahan Penggunaan

		Correlations					Kemudahan_Penggunaan_X2
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
X2.1	Pearson Correlation	1	.479**	.543**	.472**	.432**	.735**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.479**	1	.579**	.588**	.615**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.543**	.579**	1	.666**	.514**	.833**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
		0	0	0	0	0	0
X2.4	Pearson Correlation	.472**	.588**	.666**	1	.623**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
		0	0	0	0	0	0
X2.5	Pearson Correlation	.432**	.615**	.514**	.623**	1	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
		0	0	0	0	0	0
Kemudahan_Pengunaan_X2	Pearson Correlation	.735**	.802**	.833**	.840**	.792**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
		0	0	0	0	0	0

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

c. Variabel Kemanfaatan

**Correlations**

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Kemanfaatan_X 3
X3.1	Pearson Correlation	1	.711*	.491*	.655*	.563*	.834**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	99	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.711*	1	.573*	.588*	.609*	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	99	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.491*	.573*	1	.618*	.430*	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X3.4	Pearson Correlation	.655*	.588*	.618*	1	.590*	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	99	100	100	100

X3.5	Pearson Correlation	.563*	.609*	.430*	.590*	1	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	99	100	100	100
Kemanfaatan_X3	Pearson Correlation	.834*	.852*	.780*	.842*	.804*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	99	100	100	100

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

#### d. Variabel Pengguna

		Correlations				
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Pengguna_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.613**	.571**	.555**	.812**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.613**	1	.532**	.517**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.571**	.532**	1	.641**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100

Y.4	Pearson Correlation	.555**	.517**	.641**	1	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Pengguna_Y	Pearson Correlation	.812**	.789**	.853**	.836**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

## 2. Uji Reliabilitas

### a. Variabel Kepercayaan

#### Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
.802	5

### b. Variabel Kemudahan Penggunaan

#### Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
.806	6

### c. Variabel Kemanfaatan

#### Reliability Statistics

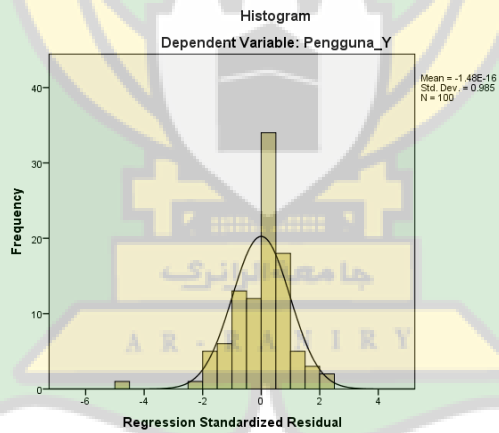
Cronbach's Alpha	N of Items
.804	6

d. Variabel Pengguna

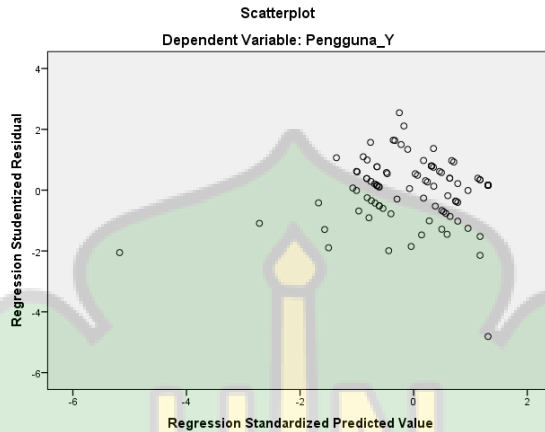
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	5

3. Uji Normalitas



#### 4. Uji Heterokedastitas



#### 5. Uji Multikolinieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.156	1.303		2.089	.038		
Kepercayaan_X1	.367	.117	.288	3.146	.002	.477	2.096
Kemudahan_Pengunaan_X2	.287	.088	.307	3.268	.002	.452	2.210
Kemanfaatan_X3	.216	.071	.292	3.046	.003	.433	2.309

a. Dependent Variable: Pengguna\_Y

## 6. Uji Parsial

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
1 (Constant)	2.156	1.303		2.089	.038		
Kepercayaan_X1	.367	.117	.288	3.146	.002	.477	2.096
Kemudahan_Pengunaan_n_X2	.287	.088	.307	3.268	.002	.452	2.210
Kemanfaatan_X3	.216	.071	.292	3.046	.003	.433	2.309

a. Dependent Variable: Pengguna\_Y

## 7. Uji Simultan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	411.069	3	137.023	51.496	.000 <sup>b</sup>
	Residual	255.441	96	2.661		
	Total	666.510	99			

a. Dependent Variable: Pengguna\_Y

b. Predictors: (Constant), Kemanfaatan\_X3, Kepercayaan\_X1, Kemudahan\_Pengunaan\_X2



## 8. Uji Determinasi

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.785 <sup>a</sup>	.617	.605	1.631

- a. Predictors: (Constant), Kemanfaatan\_X3, Kepercayaan\_X1, Kemudahan\_Penggunaan\_X2
- b. Dependent Variable: Pengguna\_Y



## Lampiran 4 Tabel Statistik

### 1. Tabel r

<b>One tail</b>	<b>0,05</b>	<b>0,025</b>	<b>0,005</b>
<b>Two tail</b>	<b>0,1</b>	<b>0,05</b>	<b>0,01</b>
95	0,169	0,201	0,262
96	0,168	0,200	0,260
97	0,167	0,199	0,259
98	0,166	0,198	0,258
99	0,165	0,197	0,256
100	0,165	0,196	0,255

### 2. Tabel t

<b>One tail</b>	<b>0,05</b>	<b>0,025</b>	<b>0,005</b>
<b>Two tail</b>	<b>0,1</b>	<b>0,05</b>	<b>0,01</b>
95	1,661	1,985	2,629
96	1,661	1,985	2,629
97	1,661	1,985	2,628
98	1,661	1,985	2,627
99	1,661	1,984	2,627
100	1,660	1,984	2,626

### 3. Tabel F

	f tabel
	Tingkat Signifikansi
	0,05 (DF2)
95	2,70
96	2,70
97	2,70
98	2,70
99	2,70