

SKRIPSI

PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, KEAMANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGUNAKAN *MOBILE BANKING* (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1)



Oleh:

**MUHAJIRIN
NIM. 190603015**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSALAM-BANDA ACEH
2023 M/1445 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhajirin
NIM : 190603015
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.

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

Banda Aceh, 27 Desember 2023

Yang Menyatakan



B92FAKX635459820

Muhajirin

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, dan Kepercayaan Terhadap
Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*
(Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1)**

Disusun Oleh:

Muhajirin
NIM: 190603015

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

Pembimbing I

Ana Ftria, S.E., M.Sc.
NIP. 199009052019032019

Pembimbing II

Rika Mulia, M.B.A.
NIP. 198906032020122013

جامعة الرانري

A H Mengetahui, I R Y
Ketua Prodi Perbankan Syariah,

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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1)

Muhajirin
NIM: 190603015

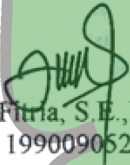
Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Perbankan
Syariah

Pada Hari/Tanggal: Jum'at, 15 Desember 2023 M
2 Jumadil Akhir 1445 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Sekretaris


Ana Fitria, S.E., M.Sc
NIP. 199009052019032019

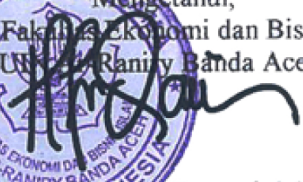

Rika Mulia, M.B.A.
NIP. 198906032020122013

Penguji I

Penguji II


Muhammad Arifin, Ph. D.
NIP. 197410152006041002


Evy Iskandar, S.E., M.Si., Ak., CA.CPA
MDN. 2024026901

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

Prof. 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, Email: library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhajirin
NIM : 190603015
Fakultas/Program Studi : Perbankan Syariah
E-mail : 190603015@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 Kemudahan, Manfaat, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya I)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 27 Desember 2023

Mengetahui

Pembimbing I

Pembimbing II

Penulis

Muhajirin

NIM. 190603015

Ana Fitria, S.E., M. Sc.

NIP. 199009052019032019

Rika Mulia, M.B.A.

NIP. 198906032020122013

MOTTO DAN PERSEMBAHAN



*“Ilmu Itu Kehidupan Hati Daripada Kebuaan, Sinar Penglihatan
Daripada Kezaliman dan Tenaga Badan Dari Kelemahan”*

(Abu Hamid Al Ghazali)

“Kesuksesan Sejati Tidak Bisa Dicapai Dengan Merugikan Orang Lain”

(Mahatma Gandhi)

Segala puji bagi Allah yang Maha Sempurna dengan memohon keberkahan dan keridhoan-Nya kupersembahkan karya kecil ini sebagai tanda cinta dan kasih sayangku kepada kedua orang tua tercinta, terima kasih kepada ibu dan Ayah atas segala doa dan dukungannya. Serta sahabat-sahabat yang telah memberikan semangat tiada henti untuk penyelesaian karya tulis ini. Jazaakumullahu Khaira.

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

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 Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile banking (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Nagan Raya 1)"***. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW., yang dengan hadirnya penelitian ini semoga menjadi bagian menyampaikan sunnahnya dalam khazanah ilmu pengetahuan. Penelitian skripsi ini dilakukan dengan penuh perjuangan sehingga didalamnya tidak mungkin tidak ada dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak baik dalam bentuk moral maupun material, secara langsung maupun tidak langsung, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh elemen yang terlibat dan terkait baik secara akademis maupun non akademis.

Shalawat beriring salam tidak lupa kita sanjung sajikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad saw. Dimana beliau telah membawa kita dari alam jahiliyah menuju alam yang penuh kemuliaan seperti yang sedang kita rasakan saat ini. Dalam penulisan 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. Prof. Dr. Hafas Furqani. M.Ec 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, Inayatillah, MA., Ek Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah dan Mukhlis, SH.I.,S.E, M.H., selaku staf akademik yang telah banyak membantu.
3. Hafiizh 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. Ana Fitria, S.E., M.Sc selaku Pembimbing I dan Rika Mulia, M.B.A selaku pembimbing II yang telah banyak membantu penulis, memberikan waktu pemikiran serta pengarahan yang sangat baik berupa saran dan bimbingan terhadap skripsi ini.
5. Muhammad Arifin, Ph.D. selaku penguji Penguji I dan Evy Iskandar, S.E., M.Si., Ak..CA.,CPA selaku penguji II yang telah memberikan pemikiran kepada penulis serta arahan dalam penulisan skripsi.
6. Kepada responden dan masyarakat Nagan Raya yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.

7. Kepada kedua orang tua saya Ibunda Nurmi tercinta dan Ayahanda Helmi tersayang, abang saya Isnawar dan Yusi Novianda, yang telah membesarkan dan memberikan kasih sayang, semangat dan dukungan doa yang tak henti-hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah.

8. Terimakasih teman-teman jurusan Perbankan Syariah seangkatan kepada Rozatul Sonia, dan teman-teman seperjuangan, Khairoel Anwar, Junaidi, Rizal Hadi, Lutfi Ikram, Yuridil, Giska Mustina, Cut Zahratul Afra, Kiki yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi serta terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu. Semoga doa beserta segala bantuan yang diberikan menjadi amalan baik dan mendapat pahala yang setimpal.

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

Banda Aceh, 22 Desember 2023
Penulis

Muhajirin

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	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	Z	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

hauula : هول

3. *Maddah*

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
أَ/إِ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ	<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:

raudah al-atfāl/ raudatul atfāl : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

al-Madīnah al-Munawwarah/ : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

al-Madīnatul Munawwarah

Talḥah : 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: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Muhajirin
Nim : 190603015
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : "Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile banking* (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1)"
Pembimbing I : Ana Fitria S.E., M.Sc.
Pembimbing II : Rika Mulia, M.B.A.

Peningkatan transaksi *mobile banking* di Indonesia salah satunya terjadi seiring dengan meningkatnya akseptasi dan preferensi masyarakat dalam berbelanja daring. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pengaruh kemudahan, manfaat, keamanan dan kepercayaan terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Hasil dari penelitian ini adalah secara parsial kemudahan, manfaat dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat sedangkan keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat dalam menggunakan *Mobile Banking*. Pada uji simultan kemudahan, manfaat, keamanan dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat dalam menggunakan *Mobile Banking*.

Kata Kunci: *Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan Minat, Mobile Banking*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	iii
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA	
ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK ...	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
 PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Pembahasan	11
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 13
2.1.Perbankan Syariah.....	13
2.1.1.Pengertian Bank Syariah.....	13
2.1.2.Tujuan Bank Syariah	15
2.1.3.rinsip-Prinsip Dasar Operasional Bank Syariah	16
2.1.4.Akad-Akad pada Perbankan Syariah	17
2.1.5.Produk dan Jasa Perbankan Syariah.....	19
2.2.Teori <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	24
2.2.1.Pengertian <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	24
2.2.2.Tujuan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	26
2.2.3.Kelebihan dan Kelemahan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	27
2.2.4.Konstruk-Konstruk <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	28
2.3. <i>Mobile Banking</i>	33
2.3.1.Pengertian <i>Mobile Banking</i>	33
2.3.2.Sejarah <i>Mobile Banking</i>	34
2.3.3.Tujuan <i>Mobile Banking</i>	36
2.3.4.Fungsi dan Fitur <i>Mobile Banking</i>	38

2.4.Minat Nasabah	39
2.4.1.Pengertian Minat.....	39
2.4.2.Ciri-Ciri Minat.....	41
2.4.3.Jenis-Jenis Minat	42
2.4.4.Faktor Faktor yang Mepengaruhi Minat	43
2.4.5.Indikator Minat	45
2.5.Kemudahan	46
2.5.1.Pengertian Kemudahan	46
2.5.2.Manfaat Kemudahan Mobile Banking	47
2.5.3.Persepsi Kemudahan Dalam Teknologi	48
2.5.4.Indikator Kemudahan	49
2.6.Manfaat	50
2.6.1.Pengertian Manfaat	50
2.6.2.Dasar Manfaat Mobile Banking	51
2.6.3.Persepsi Manfaat Dalam Teknologi	54
2.6.4.Indikator Manfaat	55
2.7.Keamanan.....	57
2.7.1.Pengertian Keamanan <i>Mobile Banking</i>	57
2.7.2.Keamanan Nasabah Dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	59
2.7.3.Tingkatan atau Jenis-Jenis Keamanan <i>Mobile Banking</i>	60
2.7.4.Aspek Keamanan Teknologi Informasi	62
2.7.5.Indikator Keamanan.....	63
2.8.Kepercayaan.....	64
2.8.1.Pengertian Kepercayaan	64
2.8.2.Timbulnya Kepercayaan Pada Produk dan Jasa	65
2.8.3.Karakteristik Kepercayaan Nasabah	67
2.8.4.Indikator Kepercayaan	67
2.9.Penelitian Terkait	68
2.10.Pengaruh Antar Variabel	74
2.10.1.Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i>	74
2.10.2.Pengaruh Manfaat Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i>	75
2.10.3.Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i>	76
2.10.4.Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i>	76
2.11.Kerangka Pemikiran	77
2.12.Hipotesis Penelitian.....	78

BAB III.....	80
METODE PENELITIAN	80
3.1.Desain Penelitian.....	80
3.1.1.Jenis Penelitian	80
3.1.2.Lokasi dan Tempat	80
3.1.3.Waktu	80
3.2.Populasi dan Sampel	81
3.2.1.Populasi Penelitian	81
3.2.2.Sampel Penelitian	81
3.3.Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	83
3.3.1.Sumber Data	83
3.3.2.Teknik Pengumpulan Data.....	83
3.3.3.Skala Pengukuran	84
3.4.Operasional Variabel Penelitian	85
3.5.Uji kualitas Data Penelitian	86
3.5.1.Uji Validitas.....	86
3.5.2.Uji Reliabilitas	87
3.6.Uji Asumsi Klasik	87
3.6.1.Uji Normalitas	87
3.6.2.Uji Multikolinearitas	88
3.6.3.Uji Heteroskedasitas	89
3.7.Analisis Regresi Linear Berganda	89
3.8.Uji Hipotesis.....	90
3.8.1.Uji Parsial (Uji t)	90
3.8.2.Uji Simultan (Uji f).....	91
3.8.3.Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	91
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	93
4.1.Gambaran Umum Objek Penelitian.....	93
4.1.1Profil BSI KCP Nagan Raya 1.....	93
4.1.2Visi dan Misi	94
4.2.Aplikasi <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia	98
4.2.1>Nama, Pengertian dan Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia <i>Mobile Banking</i>	98
4.2.2.Tujuan Jasa <i>Mobile Banking</i> BSI.....	99
4.2.3.Layanan dan Aktivasi Bank Syariah Indonesia <i>Mobile Banking</i>	100
4.2.4.Fitur Layanan Bank Syariah Indonesia <i>Mobile Banking</i> ..	102
4.3.Deskripsi dan Tanggapan Responden Penelitian	103
4.3.1. Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian	104
4.3.1.1.Berdasarkan jenis kelamin,.....	104

4.3.1.2.Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	105
4.3.1.3.Karakteristik responden Berdasarkan Pekerjaan ..	105
4.3.1.4.Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	106
4.3.2.Deskripsi Tanggapan Responden Penelitian	107
4.3.2.1.Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan	107
4.3.2.2.Tanggapan Responden Terhadap Variabel Manfaat	109
4.3.2.3.Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keamanan	110
4.3.2.4.Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan	111
4.3.2.5.Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat...	112
4.4.Hasil Uji Kualitas Instrumen	113
4.4.1.Uji Validitas	114
4.4.2.Uji Reliabilitas	115
4.5.Hasil Uji Asumsi Klasik	117
4.5.1.Uji Normalitas	117
4.5.2.Uji Multikolinearitas	118
4.5.3.Uji Heterokedastisitas	120
4.6.Uji Regresi Linear Berganda	121
4.7.Hasil Uji Hipotesis	122
4.7.1.Hasil Uji Secara Parsial (uji t)	122
4.7.2.Hasil Uji Secara Simultan (uji f)	124
4.8.Hasil Pembahasan	127
4.8.1.Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile banking</i> BSI KCP Nagan Raya 1	127
4.8.2.Pengaruh Manfaat Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile banking</i> BSI KCP Nagan Raya 1	129
4.8.3.Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile banking</i> BSI KCP Nagan Raya 1	131
4.8.4.Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile banking</i> Nagan Raya 1	133
4.8.5.Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile banking</i> BSI KCP Nagan Raya 1	135
BAB V PENUTUP	138
5.1.Kesimpulan	138
5.2.Saran	139
DAFTAR PUSTAKA	141



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Dasar Manfaat	52
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	72
Tabel 3. 1 Skala Likert	85
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	86
Tabel 4. 1 Perkembangan Nasabah BSI	97
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	104
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	105
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	106
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	106
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Kemudahan.....	108
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Manfaat.....	109
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Keamanan	110
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Kepercayaan	111
Tabel 4. 10 Deskripsi Variabel Minat	113
Tabel 4. 11 Uji Validitas Variabel Kemudahan.....	114
Tabel 4. 12 Uji Validitas Variabel Manfaat.....	114
Tabel 4. 13 Uji Validitas Variabel Keamanan	115
Tabel 4. 14 Uji Validitas Variabel Kepercayaan	115
Tabel 4. 15 Uji Validitas Variabel Minat	115
Tabel 4. 16 Uji Reliabilitas.....	116
Tabel 4. 17 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	118
Tabel 4. 18 Uji Multikolinieritas	119
Tabel 4. 19 Uji Heterokedastisitas.....	120
Tabel 4. 20 Uji Regresi Linear Berganda	121
Tabel 4. 21 Uji Parsial.....	123
Tabel 4. 22 Uji Simultan	125
Tabel 4. 23 Uji Determinasi	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Skema TAM	29
Gambar 2. 2 Modifikasi TAM.	30
Gambar 2. 3 Pengembangan TAM	32
Gambar 2. 4 Kerangka Berpikir	78
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi BSI KCP Nagan Raya 1	95



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	147
Lampiran 2 Tabulasi Data	152
Lampiran 3 Hasil Olah Data	160
Lampiran 4 Foto Dokumentasi	168



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dari tahun ke tahun mendukung keberhasilan sebuah organisasi dalam persaingan bisnis. Perkembangan teknologi informasi yang cepat telah membawa kehidupan dunia memasuki era baru yang sering disebut era revolusi industri 4.0. Pemanfaatan berbagai teknologi di bidang layanan keuangan telah membawa perubahan yang signifikan pada industri perbankan. Perubahan pola konsumsi ke arah digital mendorong perbankan mengakselerasi proses transformasi menuju perbankan digital. Secara total, transaksi digital di seluruh dunia sejak tahun 2017–2021 tumbuh sebesar 118%, dari USD 3,09 triliun pada tahun 2017 menjadi USD 6,75 triliun pada tahun 2021 (Statista, 2021). Di Indonesia sendiri, perkembangan transaksi digital tumbuh jauh lebih tinggi, yakni sebesar 1.556 persen dalam kurun tahun 2017–2020. Transaksi uang elektronik mencapai Rp786,35 triliun pada 2021. Nilai tersebut meningkat Rp281,39 triliun (55,73%) tahun sebelumnya yang hanya Rp504,96 triliun (Bank Indonesia, 2021).

Semakin mudah dan cepatnya mendapatkan informasi dengan menggunakan teknologi berdampak pada peningkatan interaksi antar individu untuk mendapat informasi yang dibutuhkan. Hal ini memberikan pengaruh terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, baik dalam kegiatan ekonomi maupun

sosial termasuk kegiatan transaksi keuangan baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu yang mengikuti perkembangan teknologi informasi ini adalah perbankan. Perkembangan teknologi ini dilakukan perbankan dengan tujuan agar organisasinya berjalan dengan baik dan meningkatkan prestasi kerjanya. Hal ini diwujudkan dalam pengembangan sistem pelayanan terhadap nasabah dalam bentuk *Mobile Banking*.

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

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

menyukai untuk menggunakan transaksi secara manual dengan datang langsung ke bank untuk mengantri.

Menurut hasil studi lembaga riset *Mobile Ecosystem Forum* (MEF) pada tahun 2014, 80% dari total 70 juta nasabah bank di Indonesia telah menggunakan layanan *Mobile Banking*. Jumlah pengguna *Mobile banking* terus meningkat dari tahun ke tahun. Namun, menurut riset yang dilakukan MEF, penghalang terbesar penggunaan *Mobile banking* di Indonesia adalah masalah kepercayaan (*trust*). Sebanyak 32% pengguna *Mobile banking* di Indonesia masih merasa khawatir dengan transaksi finansial yang mereka lakukan dengan *Mobile Banking*. Selain itu menurut penelitian Kholid (2018), keamanan (*security*) juga diidentifikasi sebagai salah satu faktor yang penting bagi seluruh nasabah yang memutuskan untuk menggunakan layanan perbankan *Mobile Banking*. Kesenjangan inilah yang digunakan sebagai motivasi dalam penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *Mobile Banking*.

Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai salah satu lembaga keuangan yang bergerak di bidang jasa perbankan juga menyediakan layanan *Mobile banking* bagi para nasabahnya. Latar belakang adanya *Mobile banking* BSI adalah karena ingin memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya, agar lebih memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Selain itu, layanan *Mobile banking* juga dapat mengurangi biaya transaksi didalam Bank tersebut. Layanan *mobile banking* BSI terus mengalami

kemajuan dan peningkatan dengan terus mengoptimalkan sistem pada layanan *Mobile banking* dengan menambah lebih banyak fitur-fitur yang lebih memudahkan nasabahnya untuk bertransaksi.

Kemudahan transaksi yang ditawarkan dengan hadirnya *Mobile banking* telah merubah berbagai aktivitas. Banyaknya fitur yang ditawarkan membuat lebih mudah dalam melakukan apa saja seperti pembayaran tagihan listrik, telpon, pengecekan saldo dan transfer. Namun, dengan semua kemudahan tersebut tentunya dalam kegiatannya memiliki peluang risiko yang tinggi. BSI beberapa waktu yang lalu mengalami masalah gangguan dalam kegiatan operasionalnya terutama dalam kegiatan transaksi yang memanfaatkan teknologi informasi seperti *Mobile Banking*. *Mobile banking* dan ATM BSI mengalami eror yang disebabkan oleh lemahnya sistem keamanan *cyber* yang ada di lembaga perbankan tersebut sehingga akibat dari hal tersebut membuat kesulitan bertransaksi. Selain itu, provinsi Aceh merupakan provinsi yang telah menerapkan Qanun Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dimana setiap lembaga keuangan di Aceh haruslah beroperasi dengan sistem syariah, sehingga saat ini BSI menjadi salah satu bank besar dengan jumlah nasabah yang sangat banyak sehingga disaat terjadi kegagalan sistem tersebut membuat banyak nasabah yang mengeluh dan protes atas lemahnya sistem yang ada di Bank tersebut. Hal ini tentunya berdampak besar terhadap kepercayaan dalam menggunakan sistem teknologi yang ditawarkan salah satunya *Mobile Banking*.

Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1 merupakan salah satu kantor cabang pembantu BSI yang melayani nasabah di Kabupaten Nagan Raya dan sekitarnya. Sejak kasus yang terjadi terkait layanan BSI eror membuat masyarakat merasa bahwa sistem BSI tidak aman dan dapat menyebabkan kerugian *financial* bagi nasabah, tak terkecuali masyarakat Nagan Raya yang mayoritas nasabahnya menggunakan BSI *mobile* dalam bertransaksi. Setelah kasus BSI yang bermasalah masyarakat enggan bertransaksi menggunakan *mobile banking* dalam jumlah yang besar. Masyarakat lebih memilih datang langsung ke Bank untuk melakukan transaksi dikarenakan masyarakat khawatir akan terjadi kegagalan sistem saat bertransaksi.

Model untuk penelitian ini didasarkan pada teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Model ini telah banyak digunakan untuk menguji penerimaan teknologi oleh pemakai sistem dalam berbagai macam konteks. Teori ini menawarkan suatu penjelasan yang kuat dan sederhana untuk penerimaan teknologi dan perilaku para penggunanya. TAM mendefinisikan terdapat dua faktor yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap teknologi yaitu persepsi akan manfaat teknologi dan persepsi akan kemudahan dalam menggunakan teknologi. Kedua faktor tersebut memengaruhi kemauan untuk memanfaatkan teknologi (Davis 1989).

TAM menjelaskan faktor penentu penerimaan teknologi berbasis informasi secara umum dan menjelaskan perilaku pemakai akhir (*end-user*) teknologi informasi dengan variasi yang cukup luas

dan populasi pemakai. Idealnya TAM merupakan suatu model prediksi disertai dengan penjelasan yang dapat menjawab banyaknya pertanyaan dari sistem teknologi, sehingga peneliti dan praktisi dapat mengidentifikasi mengapa sistem tertentu mungkin tidak dapat diterima, sehingga diperlukan mengambil langkah perbaikan untuk mengatasinya. Suatu kunci tujuan TAM adalah untuk menyediakan basis untuk mengetahui pengaruh dari faktor eksternal pada kepercayaan internal, sikap, dan niat. TAM diformulasikan untuk mencapai tujuan ini dengan mengidentifikasi sejumlah kecil variabel pokok yang diperoleh dari penelitian sebelumnya terhadap teori dan faktor penentu dari penerimaan teknologi (Siregar, 2011)

Penelitian model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*) telah banyak digunakan untuk menguji penerimaan teknologi oleh pemakai sistem salah satunya adalah penelitian model TAM yang dikembangkan oleh Gardner dan Amoroso (2004). Dalam penelitiannya, Gardner dan Amoroso (2004) mengembangkan TAM dengan menambahkan empat variabel eksternal untuk digunakan meneliti penerimaan pelanggan menggunakan teknologi internet. Empat variabel eksternal ini adalah *experience* (pengalaman), *complexity* (kompleksitas), gender dan *voluntariness* (kesukarelaan). Hasil penelitian Gardner dan Amoroso (2004) menyatakan bahwa *experience* berpengaruh signifikan positif terhadap *perceived usefulness* dan *behavioral intention*, *voluntariness* berpengaruh signifikan positif terhadap *behavioral intention*, *internet complexity* berpengaruh signifikan terhadap

penggunaan sistem, dan gender berpengaruh terhadap penggunaan sistem. Penelitian dengan menggunakan model TAM juga pernah dilakukan oleh Sugihanti (2011) dengan *objek e-filling*, berbeda dengan Gardner dan Amoroso (2004). Hasil penelitian Sugihanti (2011) menyatakan bahwa *experience, complexity* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*.

Selanjutnya faktor persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), dalam penelitiannya Hapis (2021), menyebutkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*, disamping itu Renaldi (2021) menyebutkan dalam penelitiannya bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *m-banking*, sedangkan penelitian yang dilakukan Novitasari (2021) menyebutkan bahwa faktor persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan *m-banking* Syariah. Faktor kedua persepsi manfaat (*perceived*), dalam penelitiannya Caroline dan Hastuti (2021) menyebutkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *m-banking*, di samping itu penelitian yang dilakukan novitasari (2021) menyebutkan bahwa persepsi manfaat juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan *m-banking* syariah. Berdasarkan dalam penelitian ini peneliti akan menguji minat individu dalam menggunakan *Mobile banking* di Bank Syariah Indonesia dengan menerapkan empat faktor pendukung minat individu menggunakan

Mobile banking yaitu, kemudahan, manfaat, keamanan (*security*), dan kepercayaan (*trust*). Dalam penelitiannya Oktavia dan Setianegara (2021) menunjukkan bahwa faktor keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile banking* pada PT. Bank Rakyat Indonesia cabang Semarang. Di samping itu penelitian yang dilakukan oleh Andayani et.al (2020) menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk melakukan transaksi ulang pada aplikasi *Mobile banking* pada BRI Kanca Tamalanrea.

Alasan Peneliti mengambil objek penelitian pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1 karena BSI KCP Nagan Raya 1 merupakan salah satu kantor cabang pembantu yang paling banyak melayani nasabah dan memiliki nasabah terbanyak dengan jumlah 18.000 orang dibandingkan bank lainnya di Kabupaten Nagan Raya. Kabupaten Nagan Raya adalah kabupaten dengan populasi Masyarakat yang kecil dan bukan wilayah perkotaan dan dalam hal ini terdapat perbedaan yang signifikan terhadap pengetahuan teknologi dimana masyarakat di perkotaan memiliki pengetahuan lebih tinggi dibandingkan masyarakat yang di daerah. Pada kesempatan ini peneliti memilih lokasi di Kabupaten Nagan Raya yang merupakan masyarakat wilayah non perkotaan, hal ini bertujuan untuk melihat sejauh mana pengetahuan dan minat Masyarakat non perkotaan dalam menggunakan teknologi *Mobile Banking*. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul,

“Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile banking* (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*?
2. Apakah manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*?
3. Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*?
5. Apakah kemudahan, manfaat, keamanan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*

2. Untuk mengetahui pengaruh manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *mobile manking*
3. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*
5. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan, manfaat, keamanan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoretis

1. Penelitian ini dapat di harapkan bagi peneliti menjadi media untuk melatih diri untuk berpikir serta mendisiplinkan ilmu yang telah di dapatkan pada saat menempuh perkuliahan
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi lain terhadap ilmu pengetahuan dalam dunia perbankan syariah khususnya terkait minat para nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat di jadikan sebagai masukan dalam menerapkan strategi yang tepat dalam meningkatkan dan mengembangkan kualitas penggunaan *mobile banking*.

1.4.3 Manfaat Kebijakan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi tambahan dan masukan untuk perkembangan sistem keuangan yang berbasis teknologi informasi. Serta dapat menjadi pendorong dalam kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan teknologi keuangan di masa depan.

1.5 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini dibagi menjadi 5 bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Ini adalah bagian yang menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah yang diangkat, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sifat sistematis penulisan.

BAB II Landasan Teori

Bagian ini menjelaskan teori di balik penelitian dan hasil penelitian sebelumnya tentang Minat Nasabah Menggunakan *mobile banking*.

BAB III Metode Penelitian

Bagian ini menjelaskan metode yang digunakan, sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bagian ini menjelaskan terkait hasil penelitian dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan terkait Minat Nasabah Menggunakan *Mobile banking*

BAB V Penutup

Merupakan bagian terakhir dalam penulisan skripsi. dalam bab ini menjelaskan secara singkat kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian serta memberikan saran mengenai penelitian dan penutup.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1.Perbankan Syariah

2.1.1. Pengertian Bank Syariah

Bank adalah badan keuangan yang tujuan utamanya adalah terlibat dalam pengumpulan dana dari masyarakat umum, distribusi uang tersebut kepada masyarakat setempat, dan penyediaan layanan perbankan tambahan. Bank sebagai lembaga keuangan dianggap sebagai bisnis yang beroperasi di sektor keuangan yang tujuan utamanya adalah untuk mengumpulkan, menyalurkan, atau menggabungkan uang tunai (Muyasaroh & Hayubi, 2022). Sedangkan Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang memiliki usaha pokok memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.

Secara umum, pengertian Bank Syariah (Islamic Bank) adalah bank yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat islam. Saat ini banyak istilah yang diberikan untuk menyebut entitas bank Islam, selain istilah bank islam itu sendiri, yaitu bank tanpa bunga (interestfreebank), juga bank islam disebut sebagai bank tanpa riba (lariba bank), dan bank syariah (shari'a bank). Dibanding bank konvensional, bank syariah memiliki kedudukan yang unik dibandingkan dengan bank konvensional, karena bank syariah melakukan kegiatan usaha yang bersifat multifinance dan

perdagangan (trading) melalui jual beli serta akad yang sesuai dengan prinsip syariah (Mukarromah & Effendi, 2022). Akad-akad inilah yang mencirikan bank syariah sehingga dalam praktiknya baik bank maupun nasabah bank tidak melakukan perbuatan hukum tertentu (Effendi, 2022).

Menurut Dr. Husein Syahatah dalam (Najib, 2017) perbankan syariah merupakan suatu lembaga pelayanan yang menyediakan produk keuangan, pembiayaan, perbankan, dan investasi di sektor apapun dengan memiliki tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi maupun sosial umat Islam tentunya dengan menerapkan prinsip syariah dalam pelayanannya. Maka dengan demikian, alhasil bentuk pelayanan tersebut diharapkan tidak ada yang bertentangan dengan prinsip syariah. Menurut UU No. 21 tahun 2008 bank syariah adalah suatu usaha pelayanan yang dilakukan dengan memegang prinsip syariah dan hukum Islam sesuai dengan Fatwa Majelis Ulama Indonesia yang menganut prinsip keseimbangan, keadilan, maslahah, dan universalisme. Sehingga diharapkan pula perbankan syariah ini agar terhindar dari segala bentuk pelayanan yang bersifat maysir, gharar, riba, dan zalim serta objek yang diharamkan (Andrianto & Firmansyah, 2019).

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 (Ismail, 2011:25)

2.1.2. Tujuan Bank Syariah

Tujuan bank syariah adalah (Andrianto & Firmansyah, 2019:17):

1. Memenuhi kebutuhan jasa perbankan bagi masyarakat yang tidak menerima konsep bunga.
2. Membuka peluang pembiayaan bagi pengembangan usaha berdasarkan prinsip kemitraan.
3. Membuka kebutuhan produk dan jasa perbankan yang memiliki beberapa keunggulan komparatif berupa peniadaan pembebanan bunga yang berkesinambungan, membatasi kegiatan spekulasi yang tidak produktif, dan pembiayaan ditujukan kepada usaha-usaha yang lebih memperhatikan unsur moral.
4. Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermu'amalah secara Syariah agar terhindar dari praktek-praktek riba atau jenis usaha-usaha lain yang mengandung gharar (tipuan).
5. Untuk menciptakan suatu keadilan dibidang ekonomi, dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan invetasi.

2.1.3. Prinsip-Prinsip Dasar Operasional Bank Syariah

Ada beberapa prinsip-prinsip dasar dalam operasional bank syariah (Saputri, 2017), yaitu sebagai berikut:

1. Prinsip simpanan murni (wadi'ah) Simpanan murni merupakan fasilitas yang diberikan oleh bank syariah untuk memberikan kesempatan kepada pihak yang kelebihan dana untuk menyimpan dananya dalam bentuk akad wadi'ah. akad wadi'ah biasa diberikan untuk tujuan investasi guna mendapatkan keuntungan seperti halnya tabungan dan deposito.
2. Prinsip bagi hasil (syirkah) syirkah adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara antara penyedia dana dengan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dengan penyimpan dana, maupun antara bank dengan nasabah penerima dana. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah mudharabah dan musyarakah. Lebih jauh prinsip mudharabah dapat dipergunakan sebagai dasar baik untuk produk pendanaan (tabungan dann deposito) maupun pembiayaan, sedangkan musyarakah lebih banyak untuk pembiayaan.
3. Prinsip jual beli (tijarah) Prinsip tijarah merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank, kemudian bank menjual

barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan (margin).

4. Prinsip sewa (ijarah) Prinsip sewa secara garis besar terbagi kepada dua jenis, yaitu ijarah atau sewa murni, Dalam perbankan, bank dapat membeli dahulu barang yang dibutuhkan nasabah kemudian menyewakannya dalam waktu tertentu yang telah disepakati oleh nasabah dan pihak bank. Kedua ijarah muntahiya bittamlik merupakan penggabungan sewa dan beli, dimana sipenyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir masa sewa.
5. Prinsip jasa Prinsip jasa yaitu seluruh layanan non-pembiayaan yang diberikan bank kepada nasabah. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini antara lain seperti bank garansi, kliring, inkaso, dan jasa transfer.

2.1.4. Akad-Akad pada Perbankan Syariah

Ada beberapa akad yang digunakan dalam perbankan syariah (Saputri, 2017), yaitu sebagai berikut:

- a. Wadiah

Akad penitipan barang atau uang antara pihak yang mempunyai barang atau uang dan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan, serta keutuhan barang atau uang.

b. Mudharabah

Akad kerjasama suatu usaha antara pihak pertama (malik, shahibul mal, atau bank syariah) yang menyediakan seluruh modal dan pihak kedua (*'amil*, *mudharib*, atau nasabah) yang bertindak selaku pengelola dana dengan kesepakatan yang dituangkan dalam akad, sedangkan kerugian ditanggung sepenuhnya oleh Bank Syariah kecuali jika pihak kedua melakukan kesalahan yang disengaja, lalai atau menyalahi perjanjian.

c. Musyarakah

Akad kerjasama diantara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu yang masing-masing pihak memberikan porsi dana masing-masing.

d. Murabahah

Akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati.

e. Salam

Akad pembiayaan suatu barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga yang dilakukan terlebih dahulu dengan syarat tertentu yang disepakati.

f. Istishna

Akad pembiayaan barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu yang disepakati antara pemesan atau pembeli (*mustashni'*) dan penjual atau pembuat (*shani'*).

g. Ijarah

Akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.

h. Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik (IMBT)

Akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa dengan opsi pemindahan kepemilikan barang.

i. Qardh

Akad pinjaman dana kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana yang diterimanya pada waktu yang telah disepakati.

2.1.5. Produk dan Jasa Perbankan Syariah

Produk Bank Syariah Produk perbankan syariah terbagi 3, yaitu produk penghimpunan dana, penyaluran dana dan produk jasa (Burhanuddin, 2010) dalam Afrianty (2019:31):

- 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 kepada nasabah 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 musawama

4) Pembiayaan salam

Salam adalah transaksi jual beli di mana barang yang diperjualbelikan 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.

- c. Produk Jasa Dalam perbankan syariah produk jasa menggunakan akad-akad muamalah yang sesuai dengan fiqih Islam. ada beberapa akad yang dapat digunakan diantaranya yaitu:

1. 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.

2. Kafalah

Kafalah menurut bahasa berarti al-dhaman (jaminanan) hamalah (beban) dan zama'ah (tanggungan). 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.

3. 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.

4. 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.

- d. Produk dalam *mobile banking*, pada bank syariah juga terdapat produk yang disediakan oleh bank syariah seperti fitur transfer antar bank atau sesama bank, pengisian *electronic money*, cek mutasi, cek saldo dan sebagainya:

2.2. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

2.2.1. Pengertian *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM), yang diperkenalkan pertama kali oleh Fred D. Davis pada tahun 1986, adalah adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dibuat khusus untuk pemodelan penerimaan pengguna terhadap sistem informasi. Menurut Davis dalam (Fatmawati, 2015), tujuan utama TAM adalah

untuk memberikan dasar untuk penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna. TAM menganggap bahwa 2 keyakinan individual, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*, disingkat PU) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*, disingkat PEOU), adalah pengaruh utama untuk perilaku penerimaan komputer.

Theory of Reasoned Action (TRA) merupakan teori tindakan beralasan yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen dalam (Nagy, 2018). Teori ini merupakan teori perilaku yang paling mendasar dan berpengaruh. TRA menjelaskan bahwa perilaku dilakukan karena individu mempunyai minat atau keinginan untuk melakukannya. Minat perilaku akan menentukan perilakunya. *Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan teori perilaku rencana yang dikembangkan oleh Ajzen dalam (Oviedo-Trespalacios et al., 2020). TPB ini mengembangkan TRA dengan menambahkan sebuah konstruk yaitu perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) yang dipersepsikan akan mempengaruhi minat dan perilaku.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan perilaku yang pada umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi (Al-Mamary & Alraja, 2022). Sedangkan menurut Seth & Xiaofang (2021) dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem informasi yang akan digunakan oleh pemakai.

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

2.2.2. Tujuan *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) paling banyak digunakan dalam penelitian, Karena *Technology Acceptance Model* (TAM) bertujuan untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi (Bangkara dan Mumba, 2016), Sedangkan menurut Pertiwi dan Adhivinna (2013), *Technology Acceptance Model* (TAM) Mempunyai tujuan untuk memberikan kerangka dasar untuk penelusuran pengaruh factor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan tujuan penggunaan. TAM telah banyak di gunakan untuk memprediksi Tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakaian yang berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi (*perceived usefulness*) dengan mempertimbangkan dalam penggunaan teknologi informasi (*Perceived ease of use*).

Selain itu TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna terhadap suatu sistem informasi. TAM menyediakan suatu basis teoritis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap

suatu teknologi dalam suatu organisasi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan (akan manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) dan perilaku, tujuan/keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna/user suatu sistem informasi.

2.2.3. Kelebihan dan Kelemahan *Technology Acceptance Model* (TAM)

Menurut Jogiyanto dalam Bambang Setiyo Pambudi (2014) kelebihan *Technology Acceptance Model* (TAM) :

1. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan sebuah konsep perilaku yang membuktikan kegunaannya dalam menjelaskan mengapa banyak sistem teknologi informasi mengalami kegagalan dalam implementasinya karena penggunaanya kurang tertarik untuk mengadopsinya.
2. *Technology Acceptance Model* (TAM) dikembangkan berlandaskan dasar teori yang kokoh.
3. *Technology Acceptance Model* (TAM) sudah dikaji dengan banyak riset dan sebagian besar temuan mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM adalah model yang efektif.
4. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model yang parsimoni (parsimonious) yaitu model yang simpel namun tetap terpercaya.

Menurut Rahayu (2016) model TAM juga memiliki beberapa kelemahan, diantaranya adalah sebagai berikut:

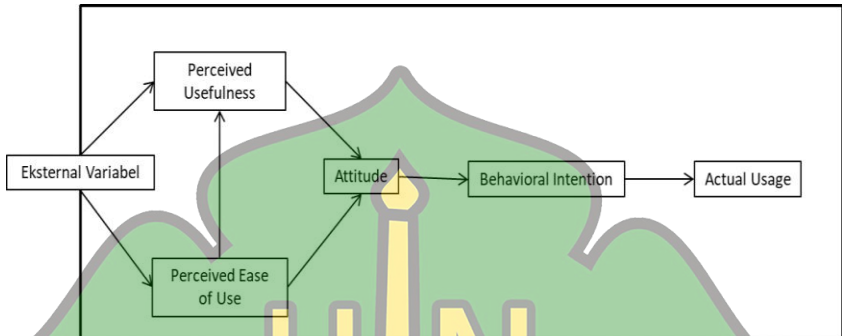
1. *Technology Acceptance Model (TAM)* hanya memberikan informasi atau hasil yang sangat umum tentang minat dan perilaku pengguna dalam menerima teknologi informasi
2. *Technology Acceptance Model (TAM)* tidak memiliki kontrol perilaku
3. Penelitian *Technology Acceptance Model (TAM)* umumnya hanya menggunakan sebuah sistem teknologi informasi
4. *Technology Acceptance Model (TAM)* kurang dapat menjelaskan sepenuhnya hubungan antar variabel di dalam model
5. *Technology Acceptance Model (TAM)* tidak mempertimbangkan perbedaan kultur

2.2.4. Konstruksi Konstruksi Technology Acceptance Model (TAM)

Model TAM dikembangkan oleh Davis berdasarkan model TRA dan sudah diacu oleh beberapa penelitian dengan melakukan modifikasi (Nagy, 2018). TAM dikembangkan dengan mengkhususkan pada bidang sistem informasi untuk memprediksi penerimaan dan penggunaan sistem informasi di pekerjaan individual pemakai. Berbeda dengan TRA, TAM mengeluarkan konstruk sikap untuk membuat model lebih sederhana dan untuk menjelaskan minat (*intention*) dengan lebih baik. Selanjutnya berkembang TAM dengan modifikasi dengan menambahkan

norma subjektif untuk memprediksi minat. Model TAM yang awal adalah sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Skema *Technology Acceptance Model* oleh Davis



Sumber: Davis (1989)

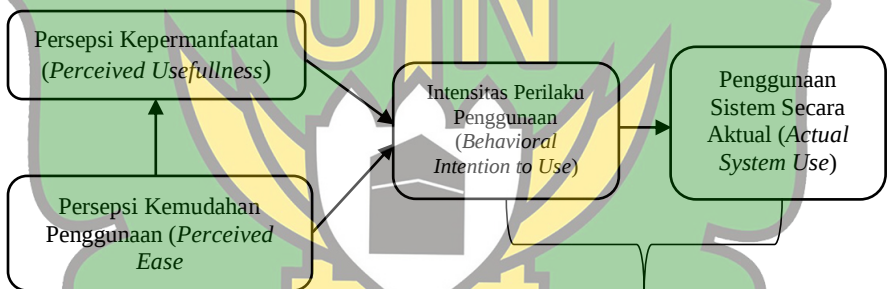
Minat seseorang dapat dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan sikap terhadap perilaku. Hal ini dikarenakan, persepsi kegunaan memiliki pengaruh secara langsung terhadap minat dan perilaku dalam penggunaan teknologi. Dan juga, persepsi kemudahan dalam menggunakan teknologi dapat mempengaruhi persepsi kegunaan. Jadi kedua hal tersebut saling mempengaruhi.

Model TAM telah banyak digunakan sebagai dasar untuk menguji penerimaan teknologi oleh pemakai dalam berbagai macam konteks namun di modifikasi oleh beberapa peneliti. Setelah diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989, model TAM banyak digunakan dan dikembangkan oleh para peneliti lainnya. Oleh karena itu, dalam perkembangannya telah mengalami modifikasi, misalnya penelitian yang pernah dilakukan oleh Venkatesh dan Davis (1996). Hal ini seperti apa yang dikutip oleh Chuttur (2009)

dalam Fatmawati, (2015) modifikasi model TAM yaitu dengan mengeliminasi variabel sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*).

Peneliti lainnya yaitu Gahtani (2001) juga memodifikasi model TAM dengan menggabungkan variabel intensitas perilaku penggunaan (*behavioural intention to use*) dan penggunaan sistem secara actual (*actual system use*) menjadi variabel penerimaan (*acceptance*). Perubahannya seperti pada gambar berikut:

Gambar 2. 2
Modifikasi Model (TAM) oleh Chuttur (1996) dan Gahtani (2001)

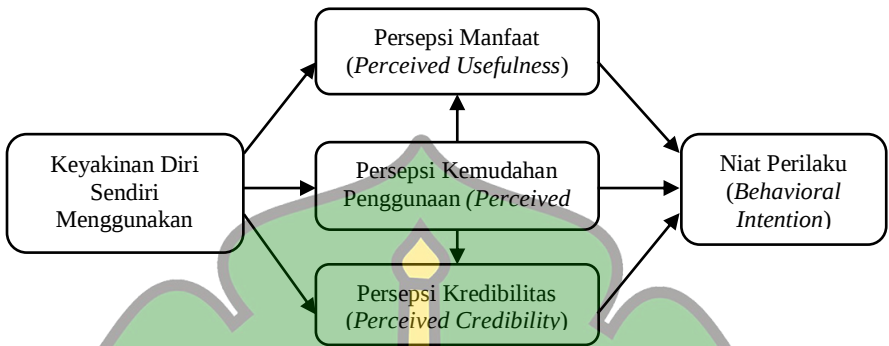


Sumber: Fatmawati, (2015) **Penerimaan (Acceptance)**

Dengan demikian intensitas penggunaan akan terpenuhi apabila sistem informasi yang digunakan pada *mobile banking* sering digunakan oleh pengguna karena kemudahannya, sehingga sistem informasi tersebut memenuhi aspek dalam kebermanfaatannya. Hasil akhirnya secara aktual sistem informasi akan diterima oleh pengguna, jika faktor kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan telah terpenuhi.

Sesuai dengan TAM, penggunaan sistem (*actual system usage*) paling dipengaruhi oleh minat untuk menggunakan (*behavioral intentions toward usage*). Behavioral intentions toward usage dipengaruhi oleh dua kepercayaan, yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi pengguna terhadap kemudahan (*perceived ease of use*). *Perceived usefulness* diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya, dan *perceive ease of use* diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*). *Perceived ease of use* juga berpengaruh pada *perceived usefulness* yang dapat diartikan bahwa jika seseorang merasa sistem tersebut mudah digunakan maka sistem tersebut berguna bagi mereka. Penelitian dalam jurnal Rahayu mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wang et al. (2003) yang ada pada gambar dibawah ini. Penelitian tersebut mengambil sampel orang dewasa di Taiwan yang sebelumnya pernah melakukan transaksi menggunakan *mobile banking* (Rahayu, 2015).

Gambar 2. 3
Pengembangan Technology Acceptance Model (TAM) oleh
(Wang et al. 2003)



Sumber: Rahayu,(2015)

Beberapa kelebihan TAM sebagai berikut: TAM merupakan model perilaku yang bermanfaat untuk menjawab kegagalan penerapan sistem teknologi informasi karena tidak adanya minat para pengguna untuk menggunakannya; TAM dibangun dengan dasar teori yang kuat; TAM telah diuji dengan banyak penelitian dan sebagian besar hasilnya mendukung bahwa TAM merupakan model yang baik; dan TAM merupakan model pasimoni yaitu model sederhana dan valid (Rahayu, 2015).

TAM diadakan dengan tujuan dasar yaitu untuk memberi penjabaran mengenai faktor-faktor yang menjadi penentu akseptasi teknologi yang mampu dalam merepresentasikan bagaimana perilaku pemakainya. Model TAM memberi gambaran sebagaimana pemakai dapat menyambut dan memakai teknologi kontemporer tersebut. ciri khas TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah terkonsep secara sederhana akan tetapi mampu

bagaimana memprediksi penerimaan juga penggunaan sistem teknologi informasi baru.

2.3.Mobile Banking

2.3.1. Pengertian Mobile Banking

Mobile banking adalah salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *Mobile banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi maju, layanan ini berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan (Riswadi, 2015).

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *mobile banking* meliputi pembayaran, transfer, history, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank. *Mobile banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler/handphone GSM (*Global for Mobile Communication*) dengan menggunakan SMS (*Short Message Service*). *Mobile*

banking adalah layanan perbankan melalui telepon seluler dengan menggunakan jaringan data yang digunakan oleh nasabah. *Mobile banking* merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan handphone jenis apapun (Wulandari, 2018).

Mobile banking merupakan salah satu hasil pengembangan teknologi mobile yang digunakan dalam domain komersial. *Mobile banking* ini mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Berkat *Mobile Banking*, nasabah dapat menggunakannya untuk mendapatkan layanan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk transaksi personal. *Mobile banking* merupakan layanan baru yang ditawarkan oleh perbankan terhadap pelanggannya dan karena kenyamanannya. Nasabah sekarang menginginkan sesuatu yang lebih dari sekedar layanan perbankan. Nasabah menginginkan kenyamanan dan fleksibilitas pada produk dan jasa yang sesuai kebutuhan mereka serta mudah digunakan yang tidak biasa ditawarkan oleh perbankan tradisional.

2.3.2. Sejarah *Mobile Banking*

Awal peluncuran *mobile banking* (*m-banking*) dilakukan Excelcom diakhir tahun 1995 dan mendapatkan berbagai macam responan. Yang melatar belakangi munculnya *mobile*

banking dikarenakan bank ingin memperoleh kepercayaan dari debiturnya, dengan cara memanfaatkan teknologi. Perlu pemanfaatan pertumbuhan teknologi yang pesat ini dengan cara harus cermat dan tepat. Penyediaan terobosan teknologi baru yang bisa dipergunakan bank agar kualitas layanannya mengalami peningkatan hal ini menjadikan bank sedunia melakukan inovasi caranya menciptakan mobile banking. Seperti halnya di Indonesia, bank milik pemerintahan maupun bank swasta nasional bersaing membuat teknologi mobile banking. Kemunculannya tidak ada hubungan dengan bank saja, akan tetapi juga memiliki kerjasama dengan operator seluler yang dapat menjadikan memberi yang lebih untuk semuanya, baik bagi bank, operator seluler ataupun debitur yang menggunakan mobile banking.

Sms banking dan *mobile banking* merupakan sebagian dari e-banking, Perbankan elektronik disebut juga *Internet Banking* yaitu aplikasi saat debitur melaksanakan transaksi, pembayaran dan transaksi lain lewat internet menggunakan website bank yang ada sistem keamanannya. Seiring berjalannya waktu, bank mengadakan layanan atau jasa *Internet Banking* yang sudah ada aturannya pada peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 tahun 2007 mengenai penerapan manajemen risiko dalam penggunaan teknologi informasi oleh Bank Umum. Penyelenggaraan internet banking menjadi aplikasi teknologi informasi yang selalu mengalami perkembangan dan bermanfaat dalam melengkapi yang diinginkan debitur perbankan yaitu service cepat, aman, nyaman, harga terjangkau dan

tersedia setiap waktu (24 jam) serta bisa mengaksesnya darimanapun baik itu dari Handphone, Komputer, Laptop/Notebook, PDA, dan lain-lain.

Proses *mobile banking* sendiri muncul tidak hanya berhubungan dengan bank saja, namun teknologi ini juga bekerja sama dengan operator seluler maupun bagi para nasabah pengguna *mobile banking*. Bukti nyata bahwa *mobile banking* tersebar luas didunia adalah dengan melihat perkembangan *mobile banking* yang ada di Negara-negara Eropa khususnya Jerman dan juga Amerika Serikat yang merupakan Negara-negara besar pengguna *mobile banking* (Dwita, 2018).

2.3.3. Tujuan *Mobile Banking*

Layanan *mobile banking* memberikan kemudahan bagi para nasabahnya untuk melakukan transaksi perbankan seperti mengecek saldo, melakukan transfer antar rekening, pembayaran tagihan atau melakukan *top up e-wallet* tanpa mendatangi gerai bank dan tanpa bantuan petugas bank, tetapi kegiatan transaksi dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi *mobile banking* yang ada pada handphone/smartphone apa saja. Wulandari (2018) menyatakan bahwa *mobile banking* dapat memberikan layanan yang bersifat *informational*, *communicative* dan *transactional* dengan penjelasan sebagai berikut:

- a. *Informational* (memberi informasi). Sebagai salah satu layanan yang diberikan perbankan, *mobile banking*

menyediakan fitur yang hanya memuat informasi terkait produk-produk dan jasa yang dimiliki suatu bank seperti penjelasan dari produk atau jasa, cara pembukaan rekening untuk produk atau jasa, dan/atau syarat dan ketentuan ketika ingin menggunakan produk atau jasa. Pada fitur ini, sistem hanya terhubung ke *server hosting* situs atau tempat penyimpanan data di *website* bukan ke server utama bank sehingga risiko yang dihadapi tergolong rendah seperti kacaunya informasi di situs bank yang bersangkutan karena *deface* (mengubah isi situs internet).

- b. *Communicative* (dapat berhubungan). Sistem kedua ini jauh lebih interaktif yaitu dalam sistem ini nasabah bisa melakukan dialog dengan server bank. Dialog disini berarti nasabah bisa melakukan interaksi dengan server bank diantaranya bisa meminta informasi saldo yang ada di rekening melalui aplikasi *mobile banking*, meminta data laporan transaksi, pengubahan data pribadi nasabah melalui aplikasi *mobile banking* ataupun melakukan kegiatan non-finansial lainnya. Dalam sistem ini diperlukan pengawasan yang lebih karena pada sistem ini berhubungan langsung dengan beberapa server jaringan yang ada di bank sehingga risiko yang mungkin dihadapi lebih besar dari pada sistem yang pertama.
- c. *Transactional* (dapat digunakan untuk transaksi). Pada sistem ini nasabah bisa leluasa melakukan kegiatan transaksi

seperti transfer antar bank, pembayaran tagihan, pembelian, TOP UP dan transaksi lainnya. Jalur pada sistem ini berhubungan langsung dengan server utama *account* di bank bersangkutan sehingga risiko yang mungkin dihadapi cukup besar. Oleh karena itu, dibutuhkan pengawasan dan penjagaan yang ketat untuk melindungi sistem dari ancaman *cyber crime*.

2.3.4. Fungsi dan Fitur *Mobile Banking*

Pada dasarnya fitur pada aplikasi mobil banking merupakan program berfungsi untuk menjalankan berbagai perintah dari pengguna (*user*) untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh pembuat atau penyedia aplikasi tersebut. Secara umum manfaatnya juga dapat menghasilkan kualitas perangkat lunak yang efektif untuk diterapkan dan mampu menyediakan produk yang bermanfaat bagi penggunanya. Berkaitan dengan berbagai perangkat lunak atau aplikasi dengan berbasis internet atau teknologi informasi fungsi fitur didesain sesuai dengan tujuan penggunaannya. Pressman (2012) menyebutkan fungsi dan fitur tersebut dapat dilihat dalam 5 hal, yaitu:

1. Komunikasi (*Communication*), dimaksudkan dapat berfungsi untuk mengkomunikasikan kebutuhan transaksi yang dilakukan oleh penggunanya.

2. Perencanaan (*Planning*), desain fitur disediakan sesuai dengan lingkup yang direncanakan untuk keamanan dan kenyamanan penggunaanya.
3. Pemodelan (*modelling*), dapat meringkas alur kebutuhan pengguna dan dapat dieksekusi sesuai tujuan untuk memudahkan, efektif dan efisiensi waktu bagi pengguna.
4. Kontruksi (*Construction*) dapat berfungsi melengkapi seluruh proses yang dilakukan dengan tanpa kantor.
5. Pengembangan (*Deplovment*), fitur dapat terus dikembangkan untuk terus menjaga kualitas perangkat lunak dalam menyediakan produk yang bermanfaat bagi penggunaanya

2.4.Minat Nasabah

2.4.1. Pengertian Minat

Minat dapat diartikan suatu keinginan yang timbul dari suatu perhatian seseorang terhadap barang, benda atau dapat juga dikatakan dorongan ingin melakukan kegiatan tertentu. Minat sama artinya dengan perhatian, antara minat dan perhatian pada umumnya dianggap sama atau tidak ada perbedaan. Memang keduanya hampir sama dan dalam praktek selalu bergandengan satu sama lain. jika seseorang yang tertuju pada suatu obyek sebenarnya dimulai dengan adanya minat dalam hal tersebut. Minat ialah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi), yang tertuju pada suatu dan dalam hubungan itu unsur perasaan

yang terkuat”. Perhatian ialah keaktifan jiwa yang diarahkan kepada sesuatu obyek tertentu. Dalam gejala perhatian, ketiga fungsi tersebut juga ada, tetapi unsur pikiranlah yang terkuat pengaruhnya. Antara minat dan perhatian selalu berhubungan dengan praktek. Apa yang menarik minat dapat menyebabkan adanya perhatian dan apa yang menyebabkan adanya perhatian kita terhadap suatu tentu disertai dengan minat (Ahmadi, 2013: 151).

Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan atau menjadi pelanggan bank dalam hal keuangan (Nasution, 2015:475). Arti nasabah pada lembaga perbankan sangat penting. Nasabah itu sangat berpengaruh terhadap kelanjutan suatu bank. Oleh karena itu bank harus dapat menarik nasabah sebanyakbanyaknya agar dana yang terkumpul dari nasabah tersebut dapat diputar oleh bank yang nantinya disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan bank.

Minat nasabah adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih, ketika seseorang menilai bahwa sesuatu bisa bermanfaat, maka bisa menjadi berminat, kemudian hal tersebut bisa mendatangkan kepuasan, ketika kepuasan menurun maka minatnya juga bisa menurun. Sehingga minat tidak bersifat permanen, tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah. Jadi dapat disimpulkan bahwa minat nasabah adalah motivasi nasabah untuk melakukan atau menilai suatu produk dalam bank sehingga mendatangkan kepuasan (Saladin, 2015:683).

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwasanya minat nasabah adalah keinginan dan motivasi yang mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka inginkan, hal tersebut dapat memberikan perhatian lebih kepada nasabah yang ingin menabung sehingga hal tersebut bisa mendatangkan kepuasan tersendiri bagi para nasabah. di dalam minat terkandung unsur motif atau dorongan dari dalam diri nasabah yang merupakan daya tarik untuk melakukan aktivitas atau kegiatan sesuai dengan tujuannya. timbulnya minat nasabah terhadap bank syariah juga dipengaruhi oleh adanya keinginan atau kebutuhan.

2.4.2. Ciri-Ciri Minat

Ciri-ciri dapat diartikan sebagai tanda khas yang membedakan dengan yang lain, dalam minat juga terdapat beberapa ciri-ciri yang dapat membedakan, memperjelas agar tidak salah penilaian. Terdapat beberapa ciri-ciri minat seperti yang dikemukakan menurut Hurlock dalam (Fadillah, 2016) ada tujuh ciri-ciri minat sebagai berikut:

1. Minat tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik dan mental. Minat di semua bidang berubah selama terjadi perubahan fisik dan mental, misalnya perubahan minat dalam hubungannya dengan perubahan usia.
2. Minat tergantung pada kegiatan belajar, misalnya kesiapan belajar merupakan salah satu penyebab meningkatnya minat seseorang.

3. Minat tergantung pada kesempatan belajar, misalnya kesempatan belajar merupakan fakot yang sangat berharga, sebab tidak semua orang dapat menikmatinya.
4. Perkembangan minat mungkin terbatas. Misalnya keterbatasan ini mungkin dikarenakan keadaan fisik yang tidak memungkinkan
5. Minat dipengaruhi budaya, misalnya budaya sangat memengaruhi sebab jika budaya sudah mulai luntur mungkin minat juga ikut luntur.
6. Minat berbobot emosional, misalnya minat berhubungan dengan perasaan senang yang akhirnya dapat diminatinya.
7. Minat berbobot egosentris, misalnya jika seseorang senang terdapat sesuatu, maka akan timbul hasrat untuk memilikinya.

Dari ciri-ciri diatas dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri minat yaitu minat dapat tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik dan mental, hal ini berhubungan dengan umur, minat tergantung pada kegiatan belajar, minat tergantung pada kesempatan belajar, keadaan fisik yang memungkinkan atau tidak, minat dipengaruhi oleh budaya, minat berbobot emosional, minat berbobot egosentris.

2.4.3. Jenis-Jenis Minat

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa bentuk, seperti yang dikemukakan oleh Buchori (dalam Nurhasanah, Sobandi,

2016) minat dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu minat primitif dan minat kultural yaitu:

1. Minat primitif

Yaitu minat yang bersifat biologis, seperti kebutuhan makan, minum, bebas bergaul dan sebagainya. Jadi pada jenis minat ini meliputi kesadaran tentang kebutuhan yang langsung dapat memuaskan dorongan untuk mempertahankan organisme.

2. Minat kultural

Disebut juga minat sosial yang berasal atau diperoleh dari proses belajar. Jadi minat kultural disini lebih tinggi nilainya dari pada minat primitif.

Dari bentuk minat tersebut terdapat dua bentuk minat yaitu minat primitif dan minat kultural. Minat primitif mempunyai sifat biologis seperti kebutuhan makan dan minum, sementara minat kultural atau minat sosial yang diperoleh dari hasil belajar

2.4.4. Faktor Faktor yang Mempengaruhi Minat

Menurut Jalil dan Hamzah (2020) Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu:

1. Dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian)

2. Berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, sekolah dan Masyarakat.

Menurut Crow and Crow dikutip dari Saleh dan Wahab (2014) ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, dan sebagai indikator minat yaitu:

1. Dorongan dari dalam individu, misalnya dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain.
2. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
3. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat suatu konsumen dalam membeli suatu produk dapat dilihat dari segi eksternal dan internal. Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang berasal dari lingkungan eksternal, individu yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam membeli suatu produk. yang termasuk dalam faktor eksternal adalah faktor budaya dan faktor sosial. Sedangkan dari faktor internal adalah faktor-faktor yang berasal dari lingkungan internal yang berpengaruh terhadap minat dalam membeli suatu produk, yang terdiri dari :
 - a. Faktor pribadi, dalam minat suatu pembelian produk, faktor pribadi juga mempengaruhi seorang individu.

Faktor tersebut terdiri dari: umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

- b. Faktor psikologi adalah salah satu faktor yang cukup dominan dalam menentukan minat pembelian suatu produk, sebab pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh pola hidup keluarga dan kepribadiannya.

2.4.5. Indikator Minat

Menurut Ferdinand dalam Ferista W. (2014) terdapat 4 indikator dalam minat, yaitu sebagai berikut:

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
4. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

2.5.Kemudahan

2.5.1. Pengertian Kemudahan

Jogiyanto dalam Ratnaningrum (2022) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan kemudahan ialah kemampuan seseorang untuk mengukur seberapa besar ia yakin bahwasanya tidak ada pengerahan tenaga fisik atau mental dengan menggunakan sistem tertentu. Menurut Dan et al. (2021) kemudahan penggunaan adalah ketika seseorang percaya bahwa sistem tertentu jauh lebih mudah digunakan dan dioperasikan, dan tidak perlu berjuang untuk melakukannya. mengingat sistem teknis yang mudah dioperasikan, terlepas dari penggunaan fisik atau mental, orang tersebut akan terus menggunakannya.

Davis memberikan definisi bahwa kemudahan penggunaan merupakan suatu tingkat dimana seseorang mempunyai kenyamanan dalam penggunaan teknologi informasi yang dinilai sebagai suatu hal yang mudah dilakukan dan tidak membutuhkan tenaga yang banyak. Tujuan dari konsep ini, untuk memberi penjelasan dalam penggunaan teknologi informasi serta kemudahan dalam penggunaan sistem tersebut yang sesuai dengan keinginan penggunanya. Kita dapat menilai bagaimana niat perilaku dalam menggunakan produk tersebut atau tidak dengan menilai kepada sikap suka atau tidak sukanya (Davis, 1989).

Ada pula kemudahan penggunaan *mobile banking* diidentifikasi sebagai sejauh mana seseorang menganggap Bank mudah digunakan dan memerlukan sedikit usaha pengguna. Konsep

ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan transaksi perbankan dan kemudahan sistem dapat digunakan untuk tujuan yang sesuai dengan keinginan pengguna.

2.5.2. Manfaat Kemudahan Mobile Banking

Mobile banking kini telah tersebar ke seluruh dunia tak hanya dinikmati oleh Negara peluncur *system mobile banking* saja, seluruh dunia pun telah menikmati kemudahan akses perbankan yang ditawarkan bank melalui *mobile banking* dimana saja melalui perangkat *mobile banking* seperti Handphone. Dengan adanya *mobile banking*, pihak bank berusaha mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. Para nasabah bank tidak perlu lagi pergi ke ATM untuk melakukan transaksi cukup dengan menggunakan telepon seluler. Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas *Mobile Banking*, baik berupa SIM toolkit (Menu Layanan Data) maupun SMS plain (SMS Manual), yang biasa dikenal dengan SMS Banking. SMS Banking merupakan sebuah fasilitas yang disediakan oleh bank untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan seperti cek saldo, mutasi rekening dan sebagainya. Keunggulan *mobile banking* adalah dapat diakses oleh seluruh pengguna telepon seluler dengan tipe GSM. Dengan luasnya jangkauan signal GSM, layanan *mobile banking* tentu saat memanjakan para nasabahnya. Namun untuk pengguna ponsel dengan tipe CDMA, belum semua operatornya menyediakan layanan *Mobile Banking*. Kemanfaatan penggunaan *mobile banking* bagi nasabah meliputi membuat

pekerjaan lebih mudah menambah produktivitas, mempertinggi efektivitas, dan mengembangkan kinerja pekerjaan. Kemanfaatan yang meningkatkan kinerja dan berdampak terhadap penggunaan teknologi (Wulandari, 2018).

2.5.3. Persepsi Kemudahan Dalam Teknologi

Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana sistem ini tidak memerlukan usaha dalam menggunakannya sehingga semakin besar kemungkinan untuk terus menerus digunakan (Venkatesh et al, 2015). Kemudahan juga menandakan tingkat kesulitan suatu teknologi tertentu (Agarwal & Prasad, 1999). Kemudahan mengacu pada seberapa mudah seseorang berpikir dalam menggunakan sebuah sistem (Adenan, 2015). Menurut (Ghalandari, 2012), Kemudahan adalah tingkat di mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantunya untuk mendapatkan keuntungan dalam kinerja pekerjaan. Kemudahan juga menjadi *predictor* utama untuk niat seseorang dalam menggunakan kembali teknologi tersebut. Karena kemudahan menandakan tingkat kesulitan suatu teknologi tertentu. Kemudahan adalah tingkat dari sebuah kenyamanan yang dirasakan untuk menggunakan sebuah sistem (Ghalandari, 2012). Menurut (Davis, 1989), sebuah aplikasi dapat diterima oleh penggunanya ketika sebuah aplikasi tersebut mudah digunakan.

Oleh karena itu definisi Kemudahan pada teknologi menggambarkan bagaimana individu mempersepsikan tingkat kemudahan menggunakan teknologi (Venkantesh.et.al, 2018).

Kemudahan dalam penggunaan memiliki dampak signifikan pada niat untuk memakai sebuah sistem (Wong, 2015). Dalam keberhasilan menerima sebuah teknologi, desain sebuah sistem seperti platform dapat memungkinkan pengguna untuk menavigasikannya dengan mudah atau tidak.

2.5.4. Indikator Kemudahan

Menurut Davis (1989) dalam (Chawla dan Joshi, 2019), indikator yang digunakan untuk *perceived ease of use* adalah sebagai berikut:

1. *Easy to learn* yaitu individu yang dapat mempelajari suatu teknologi dengan mudah merupakan tanda bahwa individu tersebut menganggap teknologi tersebut mudah digunakan, sebaliknya bila individu sulit untuk mempelajari suatu teknologi maka individu tersebut akan menganggap teknologi tersebut tidak mudah untuk digunakan.
2. *Easy to understand* yaitu individu yang merasa suatu teknologi mudah untuk dipahami maka individu menganggap teknologi tersebut mudah untuk digunakan, sebaliknya pula bila individu merasa suatu teknologi sulit untuk dipahami maka individu menganggap teknologi tersebut tidak mudah untuk digunakan.
3. *Effortless* yaitu individu yang merasa suatu teknologi dapat dilakukan secara ringkas, maka teknologi tersebut dianggap mudah untuk digunakan dan sebaliknya bila suatu teknologi

tidak dapat dilakukan secara ringkas, maka teknologi tersebut tidak mudah untuk digunakan.

4. *Easy to use* yaitu individu yang merasa suatu teknologi mudah untuk digunakan, maka individu akan merasa kepercayaannya meningkat akan teknologi tersebut, sebaliknya bila individu merasa suatu teknologi tidak mudah untuk digunakan, maka rasa percaya individu terhadap suatu teknologi akan menurun.

2.6. Manfaat

2.6.1. Pengertian Manfaat

Menurut Mandrata & Sutarso (2019) manfaat yang dirasakan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwasannya penggunaan teknologi dalam suatu pemanfaatan akan mengalami peningkatan kinerja. Manfaat dapat digambarkan sebagai nilai fungsional benda, alat, produk, dll yang dapat memfasilitasi, mempromosikan, dan membatasi konsumsi waktu yang kurang hemat.

Dalam persepsi manfaat berbicara mengenai tingkatan dimana pikiran dari seseorang yang dalam menggunakan suatu sistem atau teknologi dapat meningkatkan kinerjanya. Persepsi ini didefinisikan dengan berdasar pada definisi dari kata *Useful* yaitu kegunaan dari sesuatu dengan tujuan yang menguntungkan. Persepsi terhadap daya guna merupakan manfaat yang dapat diperoleh dengan menggunakan teknologi ini.

Kemudahan penggunaan sangat diprioritaskan bagi sejumlah nasabah yang menjadi pengguna *Mobile banking* dan dapat memengaruhi nasabah dalam penggunaan *mobile banking*. Kemudahan penggunaan produk dan layanan dapat digunakan di mana saja, sehingga layanan perbankan menjadi efektif, menghemat waktu dan memberikan rasa aman kepada nasabah. Manfaat dari penggunaan *mobile banking* antara lain adalah, dapat melihat informasi saldo rekening terkini, melakukan transfer saldo antar bank atau menuju bank lain, adanya sistem tagihan internet, PDAM, listrik, TV berlangganan, pembelian pulsa, verifikasi kredit, informasi peningkatan mutasi, dan lain sebagainya.

2.6.2. Dasar Manfaat Mobile Banking

Terdapat 5 (lima) dasar dalam Manfaat yang diperoleh dari beberapa teori sebelumnya yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) di teori TAM, motivasi ekstrinsik (*extrinsic motivation*) di teori MM, kecocokan tugas (*relative advantage*) di teori MPCU (*Model of PC utilization*), keuntungan relatif (*relative advantage*) di teori IDT dan ekspektasi hasil (*outcome expectations*) di teori SCT.

Tabel 2. 1
Dasar Manfaat

Dasar	Definisi
Persepsi kegunaan (<i>perceived usefulness</i>) (Davis <i>et al</i> , 1989)	<i>Perceived usefulness</i> merupakan tingkat dari seseorang percaya bahwa menggunakan sebuah teknologi informasi akan dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya (<i>the degree to which a person believes that using particular system would enhance his or her job performances</i>).
Motivasi ekstrinsik (<i>ektrinsic motivation</i>) (Davis <i>et al</i> , 1991)	<i>Ektrinsic motivation</i> merupakan persepsi yang diinginkan untuk melakukan suatu aktivitas karena dianggap alat dalam mencapai hasilhasil bernilai yang berbeda dari aktivitas itu sendiri, seperti kinerja pekerjaan, pembayaran dan promosi-promosi (<i>the perception that users will want to perform an activity because it is perceived to be instrumental in achieving valued outcomes that are distinct from the activity it self, such as improved, job performaces and pay</i>).
Kesesuaian pekerjaan (<i>job-fit</i>) (Thompson <i>et al</i> , 1991)	<i>Jobfit</i> merupakan kemampuan yang dihasilkan oleh sebuah teknologi informasi dalam meningkatkan kinerja pekerjaan individual (<i>how the capabilities of a system enhance an individual's job performace</i>)
Keuntungan relatif (<i>relative advantage</i>) (Moore dan Benbasat, 1991)	<i>Relative advantage</i> merupakan tingkat dari inovasi yang dipersepsikan sebagai lebih baik daripada menggunakan pendahulunya (<i>the degree to which using an innovation is perceived as being better than using its precursor</i>).

Ekspektasi hasil (<i>outcome expectations</i>) (Compeau <i>et al</i> , 1999)	<i>Outcome expectations</i> merupakan harapan dari hasil yang berhubungan dengan konsekuensi dari perilaku, yang berdasarkan pada bukti empiris, mereka dipisahkan kedalam ekspektasi-ekspektasi kinerja (<i>performance expectations</i>) dan ekspektasi personal (<i>personal expectations</i>).
--	--

Sumber : Venkatesh (2003)

Konsep dari manfaat merupakan konsep yang menggambarkan dari manfaat teknologi informasi bagi penggunanya yang erat hubungannya dengan produktivitas, kinerja kerja dan efektivitas yang dihasilkan dari kegunaan secara keseluruhan (Handayani, 2007). Sedangkan menurut Sun *et al* (2006) dimensi dari manfaat dapat berupa pekerjaan yang lebih mudah (*makes job easier*), bermanfaat (*usefulness*), dapat meningkatkan produktivitas (*increase productivity*), dapat mendorong efektivitas (*enhance effectiveness*) dan dapat meningkatkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*).

Manfaat selalu ditemukan dalam beberapa penelitian dengan hasil berpengaruh, positif dan signifikan dalam mempengaruhi minat penggunaan teknologi informasi yang didasari oleh kegunaan, motivasi dan keuntungan yang dihasilkan dari penggunaan teknologi, maka akan timbul minat dalam penggunaan teknologi yang disebabkan oleh manfaat dari teknologi tersebut (Venkatesh, 2003). Penggunaan teknologi baru akan dapat meningkatkan kinerja baik yang bersifat individual maupun non individual yakni

berkelompok sehingga manfaat dari menggunakan teknologi mampu meningkatkan kinerja pada pekerjaan (Davis, 1989).

2.6.3. Persepsi Manfaat Dalam Teknologi

Manfaat merupakan konstruk TAM yang ditujukan untuk mengukur tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu sistem dapat membantu seseorang tersebut dalam mencapai kinerja pekerjaannya (Vekantesh et al., 2003). *perceived of usefull* adalah variabel yang dapat disebut sebagai kemampuan untuk memperoleh manfaat yang signifikan setelah menggunakan sebuah sistem (Adenan, 2015).

Menurut Boeree dalam Gayatri Sukmaningtyas (2010) mengartikan ekspektasi sebagai sebuah kesenangan yang tidak konstan, yang muncul dari gagasan mengenai sesuatu di masa depan atau masa lalu tentang masalah yang kadang kita khawatirkan (ketika kita mendeteksi kemungkinan kesenangan dalam sebuah situasi tidak tentu yang berlawanan, maka kita merasakan harapan) (Sukmaningtyas, 2010). Menurut Miner, kinerja adalah bagaimana seseorang diharapkan dapat berfungsi dan berperilaku sesuai dengan tugas yang telah dibebankan kepadanya. Setiap harapan mengenai bagaimana seseorang harus berperilaku dalam melaksanakan tugas, berarti menunjukkan suatu peran dalam organisasi. Suatu organisasi, baik organisasi pemerintah maupun privat dalam mencapai tujuan yang ditetapkan harus melalui sarana dalam bentuk organisasi yang digerakan oleh sekelompok orang yang berperan aktif sebagai

pelaku dalam upaya mencapai tujuan lembaga atau organisasi yang bersangkutan (Astuti Y. , 2013).

Ekspektasi kinerja diartikan sebagai seberapa tinggikah seseorang/individu mempercayai atau meyakini bahwa memfungsikan suatu inovasi teknologi akan dapat menolongnya untuk mendapatkan berbagai profit pada karir dan pekerjaan. Kinerja individu diharapkan selaras dengan kinerja organisasi. Ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap niat penggunaan sistem informasi. Dapat dikatakan bahwa ekspektasi kinerja merupakan derajat seseorang mempercayai dan meyakini bahwa dengan melakukan dan menggunakan suatu perubahan dalam bekerja memanfaatkan teknologi informasi berbantuan komputer dapat membantu kinerjanya pada suatu bidang pekerjaan tertentu (Krismadinata, Arnovia, Syahril, & Yahfizham, 2018). Kepercayaan digunakan karena merupakan kunci penting untuk membangun loyalitas pelanggan dan mempertahankan kontinuitas dalam hubungan pembeli dan penjual (Anderson dan Weitz 1989).

2.6.4. Indikator Manfaat

Menurut Davis (1989) dalam (Chawla dan Joshi, 2019) indikator yang digunakan untuk *perceived usefulness* adalah sebagai berikut:

1. *Work more quickly* yaitu individu yang dapat menyelesaikan pekerjaannya lebih cepat dengan menggunakan suatu teknologi akan membuat individu tersebut merasa bahwa

teknologi yang digunakannya berguna, dan sebaliknya apabila individu menggunakan suatu teknologi dan tidak dapat membantu menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat, maka kepercayaan individu tersebut akan teknologi yang digunakannya akan menurun.

2. *Useful* yaitu individu yang menggunakan suatu teknologi merasa berguna untuk pekerjaannya merupakan tanda bahwa kepercayaan individu akan teknologi tersebut akan meningkat, dan sebaliknya apabila individu yang menggunakan suatu teknologi merasa tidak memiliki kegunaan, maka kepercayaan akan teknologi tersebut akan menurun.
3. *Effectiveness* yaitu individu yang menggunakan suatu teknologi dan dapat menyelesaikan pekerjaannya secara efektif, maka individu tersebut akan percaya bahwa teknologi tersebut berguna, dan sebaliknya individu merasa dengan menggunakan suatu teknologi tidak dapat membantu menyelesaikan pekerjaan secara efektif, maka individu tersebut tidak percaya akan teknologi tersebut.
4. *Easier* yaitu individu yang merasa pekerjaannya makin mudah dengan menggunakan suatu teknologi, maka individu tersebut akan merasa teknologi tersebut berguna, sebaliknya apabila individu merasa teknologi yang digunakan tidak mempermudah pekerjaannya, maka individu tersebut merasa teknologi tersebut tidak berguna.

5. *Performance* yaitu individu yang merasa performa kerjanya meningkat dengan menggunakan suatu teknologi, maka individu tersebut akan menganggap teknologi tersebut berguna, dan juga sebaliknya apabila individu merasa performa kerjanya tidak meningkat saat menggunakan suatu teknologi, maka individu tersebut tidak akan menganggap teknologi tersebut berguna bagi pekerjaannya.

2.7. Keamanan

2.7.1. Pengertian Keamanan *Mobile Banking*

Kemanan (*Security*) merupakan suatu proses untuk menjaga risiko yang dirasakan agar berada pada tingkatan yang masih dapat diterima. Enck, Ongtang, dan McDaniel mendefinisikan kemanan sebagai sebuah pegangan untuk mempercayai bahwa data pribadi milik konsumen tidak akan terlihat, disimpan, atau dimanipulasi oleh orang yang tidak berhak saat melakukan transaksi via online. Keamanan adalah salah satu faktor penting dalam membentuk kepercayaan konsumen. Keamanan membahas tentang informasi serta data pribadi konsumen yang harus dijaga, dengan dikontrolnya privasi mengenai data pribadi milik konsumen maka akan membuat konsumen tersebut merasa nyaman sehingga mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi tersebut (Sarjita, 2020).

Definisi keamanan bertransaksi atau *security* menurut pendapat Park dan Kim ialah kemampuan dari pengelola aplikasi untuk melakukan perlindungan serta penjagaan keamanan

bertransaksi atau atas transaksi data (Falahuddin, 2020). Tujuan dari dibentuknya sebuah sistem keamanan yaitu untuk mencegah, menanggulangi serta melindungi berbagai sistem informasi dari risiko terjadinya tindakan ilegal (Kholid, 2020). Keamanan transaksi online ialah bagaimana bisa menangkal penipuan atau setidaknya mengetahui adanya penipuan pada sistem berbasis informasi tersebut (Sarjita, 2020).

Teknologi informasi seperti *Mobile banking* pastinya mempunyai risiko yang berkaitan dengan keamanan yang bisa berwujud pencurian, kehilangan data, manipulasi data dan lain sebagainya. Minat seseorang dalam menggunakan teknologi tidak terlepas dari keamanan terhadap sistem informasi. Untuk bisa mendapatkan kepercayaan dari konsumen, maka tingkat keamanan sistem tersebut juga harus diutamakan (Meiranto, 2012). Handayani, Pinem, dan Wilarso menjelaskan bahwa jika tingkat keamanan semakin tinggi maka tingkat risiko dalam penggunaan semakin rendah, sehingga menyebabkan konsumen atau pengguna lebih bersedia untuk menggunakan teknologi tersebut (Nugroho, 2020).

Pihak penyedia layanan *mobile banking* harus dapat menjamin keamanan data nasabah. Bank harus menyediakan teknologi keamanan data yang sesuai standar, sehingga data pelanggan tidak dapat dicuri dan disalahgunakan oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Sistem maupun jaringan *mobile banking* telah menggunakan pengamanan yang seoptimal mungkin. Kondisi pengamanan *mobile banking* juga selalu dipantau dan ditingkatkan,

sejalan dengan perkembangan teknologi dan ancaman yang ada. Adanya jaminan keamanan dari pihak bank akan menimbulkan rasa percaya serta menarik minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

2.7.2. Keamanan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking

Keamanan merupakan sebagai kondisi atau kualitas yang bebas dari ketakutan, kecemasan, atau kepedulian. Jaringan komunikasi yang aman, dapat didefinisikan sebagai suatu jaringan dimana pengguna tidak merasakan ketakutan atau kecemasan sewaktu menggunakan jaringan. Komputer dan sistem jaringan yang tidak terbatas telah memberi kesempatan untuk mengurangi biaya, meningkatkan efisiensi dan meningkatkan pendapatan. Sayangnya, ketergantungan tersebut menimbulkan risiko baru yang mengancam keamanan komputer dan sistem jaringan. Dengan demikian munculah suatu tantangan baru untuk melindungi keamanan komputer dan sistem jaringan dari berbagai macam serangan keamanan. Terdapat tiga komponen dasar sebagai pertimbangan dalam perancangan dan pembahasan sistem keamanan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Confidentiality* adalah menyembunyikan informasi atau sumber daya yang berkaitan dengan pencegahan akan pengaksesan terhadap informasi atau sumber daya yang dilakukan oleh pihak yang tidak berhak.

2. *Integrity* merupakan keandalan data atau sumber daya dan biasanya dirumuskan untuk mencegah perubahan yang tidak sah. Integritas mencakup integritas data (isi dari informasi) dan integritas asli (sumber data, sering disebut otentikasi). Dengan demikian *integrity* berkaitan dengan pencegahan modifikasi informasi yang dilakukan oleh pihak yang tidak berhak.
3. *Availability* adalah aspek yang penting dalam mendesain sistem karena suatu sistem yang tidak memiliki *availability* sama buruknya dengan tidak ada sistem sama sekali. *Availability* dapat melakukan pencegahan akan penguasaan informasi atau sumber daya oleh pihak yang tidak berhak.

2.7.3. Tingkatan atau Jenis-Jenis Keamanan *Mobile Banking*

Taufiq (2013) menyatakan bahwa berdasarkan tingkatan, keamanan dapat dibedakan menjadi beberapa tingkatan (level) sebagai berikut:

1. Keamanan Level 0, merupakan keamanan fisik (*Physical Security*) atau keamanan tingkat awal. Apabila keamanan fisik sudah terjaga maka keamanan di dalam computer juga akan terjaga.
2. Keamanan Level 1, terdiri dari *database security*, *data security*, dan *device security*. Pertama dari pembuatan *database* dilihat apakah menggunakan aplikasi yang sudah

diakui keamanannya. Selanjutnya adalah memperhatikan *data security* yaitu pendesainan *database*, karena pendesain *database* harus memikirkan kemungkinan keamanan dari *database*. Terakhir adalah *device security* yaitu adalah yang dipakai untuk keamanan dari *database* tersebut.

3. Keamanan Level 2, yaitu keamanan dari segi keamanan jaringan. Keamanan ini sebagai tindak lanjut dari keamanan level 1.
4. Keamanan Level 3, merupakan *information security*. Informasi-informasi seperti kata sandi yang dikirimkan kepada teman atau file-file yang penting, karena takut ada orang yang tidak sah mengetahui informasi tersebut.
5. Keamanan Level 4, keamanan ini adalah keseluruhan dari keamanan level 1 sampai level 3. Apabila ada satu dari keamanan itu tidak terpenuhi maka keamanan level 4 juga tidak terpenuhi.

Sedangkan menurut Nugroho (2020) menyatakan bahwa teknologi mempunyai tiga tingkatan keamanan yaitu:

1. Tingkat *Entry*: Merupakan definisi yang paling sederhana, dimana pada tingkatan ini hanya terdapat informasi statistik mengenai bank yang bersangkutan, jasa atau produk apa saja yang ditawarkan oleh bank dan juga pelayanan dasar seperti perkiraan pembayaran pinjaman. Pada tingkatan ini, hanya menampilkan situs yang bagus pada *web browser*.

2. Tingkat *Intermediate*: Pada tingkatan ini menawarkan seluruh layanan informasi keuangan seperti yang ditawarkan pada tingkat *entry* dan ditambah dengan layanan interaktif dasar dengan kemampuan dasar yaitu antara lain: perhitungan pembayaran kredit dan kemampuan untuk menampilkan rincian *simpanan* nasabah.
3. Tingkat *Advanced* Pada tingkatan ini teknologi dapat didefinisikan sebagai tingkat yang paling lengkap layanannya, dimana layanan yang ditawarkan adalah seluruh fungsionalitas dan keamanan. Pada tingkatan ini nasabah bank dapat melakukan *transfer dana* antar bank, membayar tagihan dan membuka *simpanan* baru.

2.7.4. Aspek Keamanan Teknologi Informasi

Taufiq (2013) merumuskan beberapa Aspek yang dapat digunakan untuk menentukan keamanan sebuah teknologi informasi adalah, sebagai berikut:

1. *Privacy/Confidentiality*, merupakan Inti utama dari aspek ini ialah aktivitas untuk melindungi informasi dari pihak yang tidak berwenang untuk mengaksesnya.
2. *Integrity*, Aspek ini menjelaskan bahwa suatu informasi tidak boleh diubah tanpa izin dari pemiliknya.
3. *Authentication*, Aspek ini terkait pada metode untuk membuktikan jika informasi itu memang asli. Orang yang

mengakses memang orang yang dimaksud, atau server yang dihubungi memang server yang asli.

4. *Availability*, Aspek availability atau ketersediaan terkait pada tersedianya informasi saat diperlukan. Sistem informasi yang diserang atau dijebol bisa memperlambat atau meniadakan akses kepada informasi tersebut.
5. *Access Control*, Aspek ini berkaitan mengenai metode pengaturan akses kepada informasi yang terkait dengan penggolongan data (umum, pribadi, rahasia, dan sangat rahasia), pengguna (tamu, admin, manajer puncak, dll), mekanisme autentikasi, serta privasi.
6. *Non-repudiation*, Aspek ini menjaga agar seseorang tidak bisa melakukan penyangkalan telah melaksanakan aktivitas transaksi

2.7.5. Indikator Keamanan

Menurut Raman Arasu dan Viswanathan (2020) mendeskripsikan beberapa indikator yang mempengaruhi keamanan sistem teknologi informasi adalah sebagai berikut.

1. Jaminan Keamanan, aspek ini berperan penting dalam mengurangi kekhawatiran konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Ketika jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka konsumen akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman.

2. Kerahasiaan Data, Sangat penting nilai sebuah kerahasiaan data. Data yang jatuh ke tangan pihak lain dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi. Untuk itu kerahasiaan data konsumen benar-benar harus dijaga.

2.8. Kepercayaan

2.8.1. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan merupakan kemauan atau kepekaan seseorang terhadap tindakan orang lain dengan harapan bahwa orang lain tersebut akan melakukan suatu aktivitas atau tindakan pada orang yang memiliki kepercayaan terhadapnya tanpa perlu dilakukan pengawasan atau pengendalian kepadanya (Hannum, 2014). Kepercayaan menurut lee dan lau merupakan kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan resiko tertentu. Kesediaan ini muncul karena adanya pemahaman individu tentang pihak lain yang didasarkan pada masa lalunya, adanya harapan pihak lain akan memberikan sumbangan yang positif (walaupun ada juga kemungkinan pihak lain memberikan sumbangan yang negatif). Sedangkan Gefen mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan untuk membuat dirinya peka kedalam tindakan yang diambil oleh pihak yang dipercaya yang didasarkan pada keyakinan (Alfian, 2016).

Kepercayaan adalah hal yang krusial dalam masalah pada transaksi online (Chawla & Joshi, 2019). Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, melainkan

harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Kepercayaan dibutuhkan oleh pengguna teknologi informasi dalam rangka meningkatkan kinerja seseorang dalam suatu kegiatan. Chellappa dan Pavlou dalam Chawla & Joshi (2019) mengatakan bahwa para pengguna teknologi harus percaya bahwa transaksi yang dilakukan sesuai dengan ekspektasi pengguna dan seluruh data transaksi pengguna tidak boleh di sebar luaskan kepada pihak yang tidak berwenang. *Trust* digambarkan oleh Morgan and Hunt sebagai situasi dimana seseorang yang percaya dalam integritas partnernya dan percaya bahwa partnernya dapat diandalkan.

2.8.2. Timbulnya Kepercayaan Pada Produk dan Jasa

Kepercayaan adalah kesediaan satu pihak untuk mempercayai pihak lain berdasarkan pada harapan bahwa pihak lain tersebut akan melakukan tindakan yang penting bagi pihak yang telah mempercayainya (Chawla & Joshi, 2019). Kepercayaan konsumen tidak timbul dari proses yang sebentar. Kepercayaan akan timbul setelah melalui berbagai proses dan apabila kepercayaan sudah terbentuk, maka akan ada usaha untuk membina hubungan kerjasama yang lebih baik. Faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga, yaitu kemampuan, kebaikan hati dan integritas, yaitu:

1. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/organisasi dalam mempengaruhi dan mengotorisasi

wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi. Ability meliputi kompetensi, pengalaman, pengesahan institusional, dan kemampuan dalam ilmu pengetahuan.

2. Kebaikan hati (*Benevolence*)

Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Profit yang diperoleh penjual dapat dimaksimumkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi. Penjual bukan semata-mata mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan konsumen. *Benevolence* meliputi perhatian, empati, keyakinan, dan daya terima.

3. Integritas (*Integrity*).

Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak. Integrity dapat dilihat dari sudut kewajaran, pemenuhan, kesetiaan, keterus-terangan, keterkaitan, dan kehandalan.

2.8.3. Karakteristik Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan sangat bermanfaat dan penting untuk membangun kepuasan walaupun menjadi pihak yang di percaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama. Menurut pappers dan ronggers (2020) menyatakan bahwa karakteristik yang mempengaruhi kepercayaan adalah:

1. Nilai merupakan hal dasar untuk membangun sebuah kepercayaan. Pihak-pihak dalam sebuah relationship yang memiliki perilaku, tujuan, dan kebajikan yang sama akan mempengaruhi kemampuan mengembangkan kepercayaan.
2. Ketergantungan, Ketergantungan pada pihak lain mengimplikasikan kerentanan. Untuk mengurangi resiko pihak yang tidak percaya akan membina relationship kepada pihak yang di percaya.
3. Komunikasi yang terbuka dan teratur. Komunikasi yang dilakukan untuk menghasilkan kepercayaan harus dilakukan secara teratur dan berkualitas tinggi dengan kata lain harus relevan dan tepat waktu. Komunikasi masa lalu yang positif akan menimbulkan kepercayaan dan pada masa yang akan datang akan menjadi komunikasi yang lebih baik.

2.8.4. Indikator Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan

memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan. Dalam hal penggunaan *mobile banking*, kebanyakan pengguna tidak memahami betul resiko keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*, mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan, padahal pengguna tidak mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi perbankan.

Menurut Suh dan Han (dalam Chawla & Joshi, 2019), trust termasuk dalam tiga dimensi berikut ini:

1. Keandalan ditujukan kepada penyedia *mobile service* yang mempunyai pengetahuan dan kemampuan yang cukup untuk menjalani tugas penyedia dengan baik dan benar.
2. Integritas penyedia *mobile service* menepati janjinya.
3. Kredibilitas penyedia *mobile service* akan peduli dengan kepentingan dari pengguna, bukan hanya peduli dengan kepentingannya sendiri.

2.9. Penelitian Terkait

Penelitian yang dilakukan oleh Siswoyo. (2023) “*Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking*”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap

penggunaan, persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan, sikap penggunaan berpengaruh terhadap niat perilaku, dan niat perilaku berpengaruh terhadap penggunaan sistem. Implikasi dari hasil penelitian ini menjadi masukan bagi perbankan untuk terus meningkatkan layanan *mobile banking* guna meningkatkan jumlah pengguna aplikasi *mobile banking*.

Penelitian yang dilakukan oleh Kusumastuti. (2022) dengan judul "*Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)*". Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden di seluruh Indonesia yang menggunakan layanan *Mobile Banking*. Sampel yang diambil sebanyak 285 responden dengan teknik *accidental sampling*. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*. Risiko berpengaruh negatif terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*.

Penelitian yang dilakukan oleh Ratnaningrum (2022) dengan judul "*Pengaruh Manfaat, Kesesuaian, Keuntungan, Risiko, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Menggunakan Mobile banking Bank Syariah Indonesia*".

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan smartPLS dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah variabel manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat ulang menggunakan *Mobile Banking*. Variabel kesesuaian dan keuntungan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat ulang menggunakan *mobile Banking*. Sedangkan variabel risiko tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap minat ulang menggunakan *Mobile Banking*.

Penelitian yang dilakukan oleh Kolid, dkk (2018) dengan judul “*Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah Kcp Magelang*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis signifikansi dari pengaruh variabel penghematan, penggunaan fasilitas, kepercayaan dan kegunaan konsumen minat pengguna *E Banking* di Bank BNI Syariah KCP Magelang. Populasi dalam hal ini penelitian adalah seluruh nasabah Bank BNI Syariah KCP Magelang yang memiliki E Banking fasilitas, dan sampel penelitian ini adalah 150 nasabah KCP Bank BNI Syariah Magelang yang memiliki fasilitas E banking yang dipilih dengan menggunakan accidental sampling dan teknik sampling purposif. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan pelanggan dan kegunaan signifikan simultan.

Penelitian yang dilakukan oleh Yani (2018) dengan judul *“Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model”*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan penggunaan internet banking terhadap persepsi kemudahan dalam bertransaksi bagi nasabah Bank BRI. Semakin banyak manfaat yang dirasakan para nasabah, maka akan mempengaruhi kemudahan bagi nasabah setiap bertransaksi menggunakan internet banking.

Penelitian yang dilakukan oleh Pingan. (2018) dengan judul *“Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Internet Banking Dengan Menggunakan UTAUT (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) (Studi Pada Pengguna Internet Banking BRI)”*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kuantitatif hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel *Perfomance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition* berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna (*Behavioral Intention*) dalam menggunakan layanan Internet Banking BRI.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Hanifa (2017) yang berjudul *“Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Layanan Internet Banking Studi Di Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Surakarta”*. Hasil dari penelitian ini

menunjukkan bahwa prinsip kemudahan dan kegunaan berpengaruh positif terhadap Attitude Toward Using. Namun, dalam hal minat, prinsip kemudahan tidak berpengaruh positif. Sedangkan prinsip daya guna berpengaruh positif.

Tabel 2. 2
Penelitian Terkait

No.	Nama, Tahun, dan Judul	Metode Analisis	Hasil Pengaruh Variabel
1.	Siswoyo. (2023) <i>“Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking”</i>	Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 dengan teknik <i>purposive sampling</i> dan menggunakan regresi linear berganda, menggunakan SPSS sebagai alat analisis data	Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, dan sikap berhubungan positif secara signifikan dengan minat nasabah Bank Central Asia di Kota Palembang untuk menggunakan Internet Banking.
2.	Ratnaningrum (2022) <i>“Pengaruh Manfaat, Kesesuaian, Keuntungan, Risiko, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Menggunakan Mobile banking Bank Syariah Indonesia”</i> .	Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 dengan teknik <i>purposive sampling</i> dan menggunakan regresi linear berganda, menggunakan SPSS sebagai alat analisis data	Variabel kesesuaian dan keuntungan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat ulang menggunakan <i>Mobile Banking</i> . Sedangkan variabel Risiko tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap minat ulang menggunakan <i>Mobile Banking</i> .

Tabel 2.2 Lanjutan

3.	Kusumastuti. (2022) <i>"Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)"</i>	Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 dengan teknik <i>purposive sampling</i> dan menggunakan regresi linear berganda, menggunakan SPSS sebagai alat analisis data	Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i> . Risiko berpengaruh negatif terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> . Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> .
4.	Kolid, dkk (2018) <i>"Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah Kcp Magelang"</i> .	Sampel penelitian ini adalah 150 nasabah dan menggunakan regresi linear berganda, menggunakan SPSS sebagai alat analisis data	Keamanan, kemudahan penggunaan,kepercayaan pelanggan dan kegunaan signifikan simultan.
5.	Yani (2018) <i>"Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model"</i>	Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 dengan teknik <i>purposive sampling</i> dan menggunakan regresi linear sederhana, menggunakan SPSS sebagai alat analisis data	Persepsi kemanfaatan penggunaan internet banking terhadap persepsi kemudahan dalam bertransaksi bagi nasabah Bank BRI

Tabel 2.2 Lanjutan

6.	Pingan. (2018) “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Internet Banking Dengan Menggunakan UTAUT (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) (Studi Pada Pengguna Internet Banking BRI)”	Jumlah sampel 100 responden dan menggunakan <i>purposive sampling</i> , teknik pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda, menggunakan SPSS sebagai alat analisis data	variabel <i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition</i> berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna (<i>Behavioral Intention</i>) dalam menggunakan layanan Internet Banking BRI.
7.	Hanifa (2017) “Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Layanan Internet Banking Studi Di Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Surakarta”.	Sampel pada penelitian ini berjumlah 60 dengan teknik <i>purposive sampling</i> dan menggunakan regresi linear berganda, menggunakan SPSS sebagai alat analisis data	Kemudahan dan kegunaan berpengaruh positif terhadap <i>Attitude Toward Using</i> . Sedangkan dalam hal minat, prinsip kemudahan tidak berpengaruh positif. Sedangkan prinsip daya guna berpengaruh positif.

Sumber: Data diolah, 2023

2.10. Pengaruh Antar Variabel

2.10.1. Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking

Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*) didefinisikan sebagai suatu tingkat kepercayaan individu bahwa dengan menggunakan teknologi akan membawa mereka terbebas dari usaha secara fisik dan mental (Gardner dan Amoroso, 2004).

Persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa, komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Hasil penelitian dari Hanifa (2017) dan Kholid (2018) menunjukkan bahwa prinsip kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah.

2.10.2. Pengaruh Manfaat Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*

Seseorang menggunakan *mobile banking* apabila orang tersebut percaya bahwa *Mobile banking* dapat memberikan manfaat terhadap pekerjaannya dan pencapaian prestasi kerjanya. Seseorang mempercayai dan merasakan bahwa penggunaan teknologi memberikan manfaat dan mempertinggi prestasi kerja. Hasil penelitian Ratnaningrum (2022) juga menunjukkan bahwa manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Semakin besar manfaat penggunaan suatu teknologi, maka semakin besar pula minat seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut, termasuk teknologi *mobile banking*. hal tersebut menunjukkan bahwa antara manfaat dan minat memiliki pengaruh positif (Hadi, 2018).

2.10.3. Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking

Suprpto (2014) berpendapat bahwa keamanan merupakan kunci utama dalam mengevaluasi kualitas dari transaksi online dimana keamanan ini mencakup perlindungan mengenai privasi dan penipuan serta hal-hal lainnya yang melibatkan masalah informasi keuangan maupun non-keuangan. Jika seseorang menganggap bahwa transaksi online aman untuk dilakukan, maka individu yang bersangkutan akan melakukan transaksi online. Begitu pula sebaliknya, jika seseorang berpersepsi bahwa transaksi online tidak aman, maka orang tersebut tidak akan melakukan transaksi online. Hasil penelitian yang dilakukan Kholid (2018) menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

2.10.4. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking

Perceived credibility atau sering disebut sebagai persepsi pengguna terhadap kredibilitas didefinisikan sebagai tingkat dimana kepercayaan seseorang terhadap bahwa sistem yang digunakan tetap menjamin keamanan dan privasinya. Kepercayaan dalam konteks penggunaan sistem informasi berbasis teknologi menggambarkan suatu keyakinan bahwa keberadaan sistem informasi tersebut mampu memenuhi kebutuhan (Sampurno, 2015). Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Kususmastuti (2022) menunjukkan bahwa

kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*.

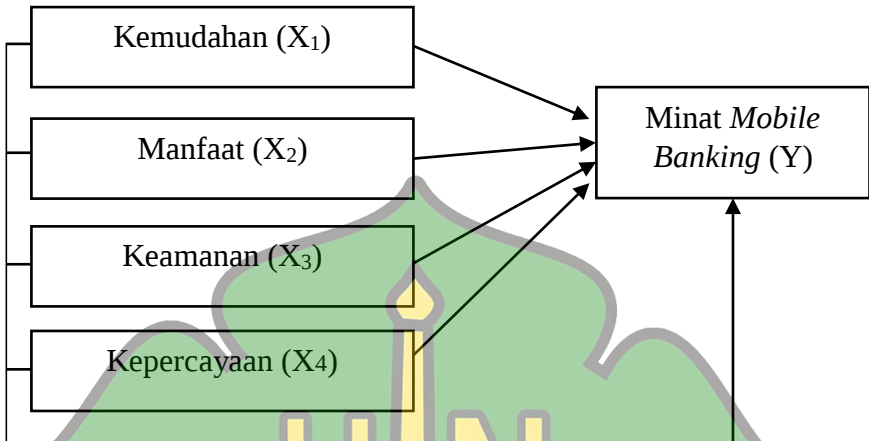
2.11. Kerangka Pemikiran

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

Minat nasabah adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih, ketika seseorang menilai bahwa sesuatu bisa bermanfaat, maka bisa menjadi berminat, kemudian hal tersebut bisa mendatangkan kepuasan. Penelitian ini akan mengkaji terkait minat nasabah menggunakan *Mobile banking* pada (BSI) KCP Nagan Raya 1 dengan menggunakan indikator kemudahan (X_1), Manfaat (X_2), Keamanan (X_3) dan Kepercayaan (X_4).

Berdasarkan hasil uraian tersebut maka dikembangkan kerangka pemikiran teoritis sebagaimana terlihat dalam gambar sebagai berikut ini:

Gambar 2. 4
Kerangka Pemikiran



Sumber: Data diolah, 2023

2.12. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara dalam sebuah penelitian, adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. H_0 = Kemudahan (X₁) tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat (Y) nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.
 H_a = Kemudahan (X₁) berpengaruh secara parsial terhadap minat (Y) nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.
2. H_0 = Manfaat (X₂) tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat (Y) nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.

H_a = Manfaat (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap minat (Y) nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1..

3. H_0 = Keamanan (X_3) tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat (Y) nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.

H_a = Keamanan (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap minat (Y) nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.

4. H_0 = Kepercayaan (X_4) tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat (Y) nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.

H_a = Kepercayaan (X_4) berpengaruh secara parsial terhadap minat (Y) nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.

5. H_0 = Kemudahan (X_1), Manfaat (X_2), Keamanan (X_3) dan Kepercayaan (X_4) tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat (Y) nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.

H_a = Kemudahan (X_1), Manfaat (X_2), Keamanan (X_3) dan Kepercayaan (X_4) berpengaruh secara parsial terhadap minat (Y) nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Asosiatif kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang berlandaskan filsafat *positivisme*, untuk melihat pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018). Data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Filsafat *positivistic* digunakan pada populasi atau sampel tertentu.

3.1.2. Lokasi dan Tempat

Penelitian dilakukan pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1 yang berlokasi Jln. Nasional Meulaboh-Tapak Tuan, Kabupaten Nagan Raya, Provinsi Aceh.

3.1.3. Waktu

Waktu penelitian pada penelitian ini dilakukan dari bulan Oktober sampai dengan bulan November pada tahun 2023.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah diputuskan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Berdasarkan pengertian di atas maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.

Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud tercatat pada 23 Agustus 2023 dengan jumlah nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1 sebanyak 18.000 orang, sedangkan nasabah yang menggunakan *Mobile banking* berjumlah 9.000 orang (Customer Service BSI KCP Nagan Raya 1, 2023). Maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah 9.000 nasabah yang menggunakan *Mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah berbasis probabilitas (*probability sampling*). Artinya setiap orang mempunyai kesempatan yang sama untuk diikutsertakan dalam sampel penelitian, teknik yang digunakan adalah *simple random sampling*. Jumlah sampel yang digunakan

untuk menyebarkan kuesioner berdasarkan metode Slovin dengan *margin of error* 10%. Formula yang digunakan adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan Rumus: n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Dimana taraf tingkat keyakinan yang digunakan adalah tergantung dari tingkat kepercayaan yang dipakai peneliti itu sendiri:

1. Tingkat Keyakinan: 90% maka *Margin of error* = 0,10
2. Tingkat Keyakinan: 95% maka *Margin of error* = 0,05
3. Tingkat Keyakinan: 99% maka *Margin of error* = 0,01

Berdasarkan rumus Slovin tersebut menggunakan *Margin of error* 0,10 (10%) maka dengan demikian jumlah sampel yang dapat diambil untuk penyebaran kuisisioner perhitungan (Purwanto dan Hayati, 2020).

Dalam menentukan sampel dengan jumlah populasi 9.000 nasabah, perhitungan sampel menggunakan metode berbasis probabilitas dengan teknik *simple random sampling* menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 0,10 (10%) dan nilai sebenarnya 90%, sehingga ditentukan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{9.000}{1 + 9.000 \cdot (0,10)^2} = \frac{9.000}{1 + 9.000 \cdot (0,01)} = \frac{9.000}{1 + 90} = 98,91 = 99$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka banyaknya sampel dalam penelitian ini dibulatkan 100 nasabah yang akan dijadikan responden dalam penyebaran kuisisioner.

3.3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1. Sumber Data

Sumber Data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang berasal dari sumber pertama, baik individu maupun perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasanya dilakukan oleh seorang peneliti (Sugiyono, 2018). Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh berdasarkan jawaban kuesioner yang dibagikan kepada seluruh responden, secara langsung dari sumber datanya. Data primer penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yaitu Nasabah yang menggunakan *Mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini, peneliti menyebar kuesioner tersebut pribadi pada responden dengan elektronik, bagaimana pada hal tersebut memakai

elektronik yaitu *google form*. Maka peneliti dapat menyebar *link google form/Barcode* pada responden melalui *social media whatsapp*.

3.3.3. Skala Pengukuran

Kuesioner responden diharapkan agar memberi pernyataan tingkat persetujuannya ikut akan skala ukur yang dipakai pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur respon atau tanggapan seseorang terhadap suatu objek sosial. Tata cara pembuatan skala likert adalah dengan menetapkan variabel yang akan diteliti, menentukan indikator-indikator yang dapat mengukur variabel yang akan diteliti dan menurunkan indikator tersebut ke dalam daftar pertanyaan (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini skala yang dipakai yaitu skala likert dengan interval 1-5.

Adapun pengukuran skala likert dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3. 1
Skala Likert

SS = Sangat Setuju	5
S = Setuju	4
KS = Kurang Setuju	3
TS = Tidak Setuju	2
STS = Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2018)

3.4. Operasional Variabel Penelitian

Siyoto & Sodik (2015:50) menjelaskan bahwa variabel penelitian adalah atribut dari sekelompok objek yang diteliti yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya. Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat, yaitu:

1. Variabel Dependen

variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2018). Adapun variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Minat nasabah dalam menggunakan *Mobile banking* (Y).

2. Variabel Independen

variabel independen yaitu variabel bebas yang dapat mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau munculnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini peneliti menjabarkan empat variabel

independent berdasarkan yaitu: Kemudahan (X_1), Manfaat (X_2), Keamanan (X_3) dan Kepercayaan (X_4).

Tabel 3. 2
Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala
Variabel Independent (Variabel Bebas)				
1.	Kemudahan (X ₁)	1. <i>Easy to Learn</i>	1A	Interval
		2. <i>Easy to Understand</i>	2A	
		3. <i>Effortless</i>	3A	
		4. <i>Easy to Use</i>	4A	
2.	Manfaat (X ₂)	1. Menjadi Lebih Mudah	1B	Interval
		2. Produktivitas	2B – 3B	
		3. Mempertinggi Efektivitas	4B - 5B	
3.	Kemanan (X ₃)	1. Jaminan Keamanan	1C – 3C	Interval
		2. Kerahasiaan Data	4C – 5C	
4.	Kepercayaan (X ₄)	1. Kehandalan	1D	Interval
		2. Kepeduliaan	2D	
		3. Kredibilitas	3D	
Variabel Dependen (Variabel Terikat)				
5.	Minat (Y)	1. Minat Transaksional	1E	Interval
		2. Minat Refrensial	2E	
		3. Minat Preferensial	3E	
		4. Minat Eksploratif	4E	

Sumber: Data diolah (2023)

3.5. Uji kualitas Data Penelitian

3.5.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dari hasil output dengan r-tabel yang penyelesaiannya

dilakukan dengan menggunakan program SPSS 25, dimana jika $r\text{-hitung} > r\text{-table}$ maka butir pertanyaan disetiap kuesioner tersebut valid, sedangkan jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ maka dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2018).

3.5.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrument dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya reliabilitas berkaitan dengan keputusan Instrument (dalam pengertian konsisten) alat ukur (Mustafa, 2013). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan tetap konsisten dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika cronbach' alpha $> 0,60$ dan dikatakan tidak reliabel jika cronbach' alpha $< 0,60$ (Ghozali, 2018).

3.6. Uji Asumsi Klasik

3.6.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki distribusi normal baik variabel terikat maupun variabel bebas. Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Penelitian ini melakukan uji normalitas data dengan melihat nilai signifikan di bagian *Kolmogorov-Smirnov* atau *Shapiro-Wilk* dari dalam tabel *Test Of Normality*. Dalam uji normalitas, peneliti menggunakan nilai signifikan di bagian *Kolmogorov-Smirnov* karena data yang diuji

lebih besar dari pada 50, jika data yang diuji lebih kecil dari 50, peneliti menggunakan nilai signifikan di bagian *Shapiro-Wilk* (Ghozali, 2018).

Adapun dasar dalam pengampilan keputusan uji Normalitas sebagai berikut:

1. Angka signifikan uji *Kolmogorov-Smirnov* atau *Shapiro-Wilk* signifikan $> 0,05$ menunjukkan data berdistribusi normal.
2. Angka signifikan uji *Kolmogorov-Smirnov* atau *Shapiro-Wilk* signifikan $< 0,05$ menunjukkan data tidak berdistribusi normal.

3.6.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji adanya korelasi diantara variabel bebas (Independent) pada model regresi yang ditentukan. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat variabel dependent yang menunjukan kemiripan antar variabel dependent dalam suatu model. Kesamaan antar variable Independent akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel Independent terhadap variabel dependen. Suatu model regresi dikatakan multikolinearitas apabila

terdapat nilai tolerance $< 0,10$ dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10 (Ghozali, 2018).

3.6.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menunjukkan bahwa varians dari setiap variable sama untuk semua pengamatan. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homoskedastisitas atau dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Metode uji yang digunakan adalah metode Glejser. Metode tersebut dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya (e) dimana:

1. Nilai probabilitas signifikansi < 0.05 , maka terjadi gejala heteroskedastisitas
2. Nilai probabilitas signifikan > 0.05 , maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.7. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan persamaan regresi linear berganda (*multiple regression*). Dalam analisis ini dapat dilihat bagaimana variabel bebas (X) mempengaruhi variabel terikat (Y). bentuk matematisnya secara umum adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Dimana:

Y	: Minat nasabah menggunakan <i>Mobile banking</i>
A	: Konstanta dari Persamaan Regresi
b1, b2, b3	: Koefisien Regresi
X1	: Kemudahan
X2	: Manfaat
X3	: Kenyamanan
X4	: Kepercayaan
e	: Nilai Error

3.8. Uji Hipotesis

3.8.1. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual (parsial) berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji parsial atau uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Uji parsial (individu) dilakukan dengan cara membandingkan T hitung dan T tabel dengan ketentuan untuk *degree of freedom* (df) = n-k dengan tingkat signifikansi 5% (0,05). Pengujian ini memiliki ketentuan-ketentuan, yaitu:

1. Jika probabilitas (signifikansi) < 0,05 atau T hitung > T tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara individual.
2. Jika probabilitas (signifikansi) > 0,05 atau T hitung < T table maka Ho diterima dan Ha ditolak yang berarti

variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikatnya secara individual.

3.8.2. Uji Simultan (Uji f)

Uji Simultan ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent atau bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variable dependen atau terikat (Ghozali, 2018). Uji simultan dilakukan dengan cara membandingkan F hitung dan F tabel dengan ketentuan untuk *degree of freedom* (df) = $n-k-1$ dengan tingkat signifikansi 5% (0,05). Pengujian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 25 dan memiliki ketentuan sebagai berikut:

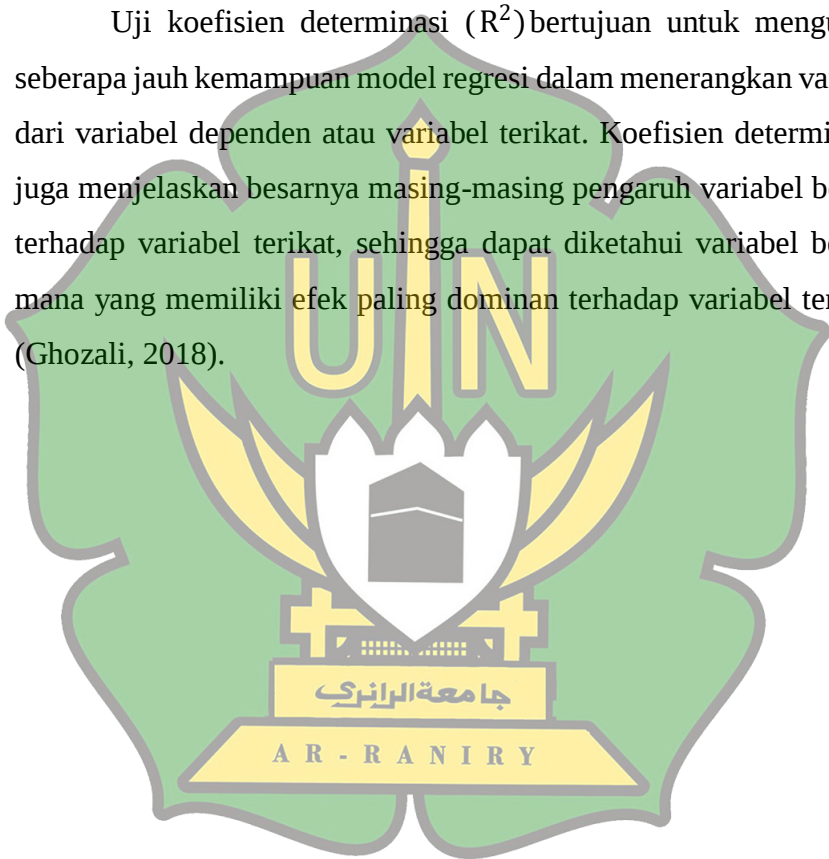
1. Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ atau F hitung $> F$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti berpengaruh secara simultan.
2. Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ atau F hitung $< F$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak berpengaruh secara simultan.

3.8.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui persentase variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas. Nilai koefisien determinasi (R^2) memiliki interval antara 0 sampai 1. Jika nilai (R^2) semakin mendekati 1 menandakan hasil untuk model regresi tersebut baik atau variabel independen secara

keseluruhan dapat menjelaskan variabel dependen. Sedangkan jika nilai (R^2) semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen (Sujarweni, 2015).

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi dari variabel dependen atau variabel terikat. Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dapat diketahui variabel bebas mana yang memiliki efek paling dominan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil BSI KCP Nagan Raya 1

Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1 merupakan kantor cabang pembantu dari kantor cabang area Aceh Barat. Yang berlokasi di jalan Nasional Meulaboh-Tapaktuan, Kabupaten Nagan Raya, Provinsi Aceh. Lokasi BSI kantor cabang pembantu Nagan Raya 1 ini, mengikuti konversi atau perubahan sistem operasional ke syariah yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI syariah, BRI syariah secara serentak pada tanggal 1 Februari 2021 sehingga menjadi satu basis dalam sistem kerja bank yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI), Maka sejak perubahan tersebut Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1 telah melayani seluruh nasabah dan masyarakat Nagan raya dengan sistem syariah yang murni

Bank Syariah Indonesia merupakan bank syariah yang ada di Indonesia yang lahir pada tanggal 1 Februari 2021 yang merupakan penggabungan dari beberapa Bank Syariah yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah sehingga menjadi satu basis sistem kerja bank yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI).Penggabungan dari beberapa Bank membuat kemudahan layanan Bank Syariah Indonesia tersalurkan dengan baik di seluruh Indonesia, BSI didukung juga perusahaan Induk Mandiri yang bersinergi dengan

Kementerian BUMN, Bank BSI merupakan tandingan dari sistem bank Indonesia dapat bersaing dengan Bank Global

Bergabungnya ketiga Bank merupakan usaha yang dilakukan untuk mengoptimalkan kinerja Bank Syariah yang ada di Indonesia, yang merupakan fundamental kebanggaan umat untuk melahirkan perubahan dari lini perekonomian Indonesia. dengan hadirnya Bank Syariah memiliki impuls cerminan bagi bank lain yang dibaluti oleh modern, fasilitas yang kuat dan bisa menunjang kepuasan dalam ranah Masyarakat.

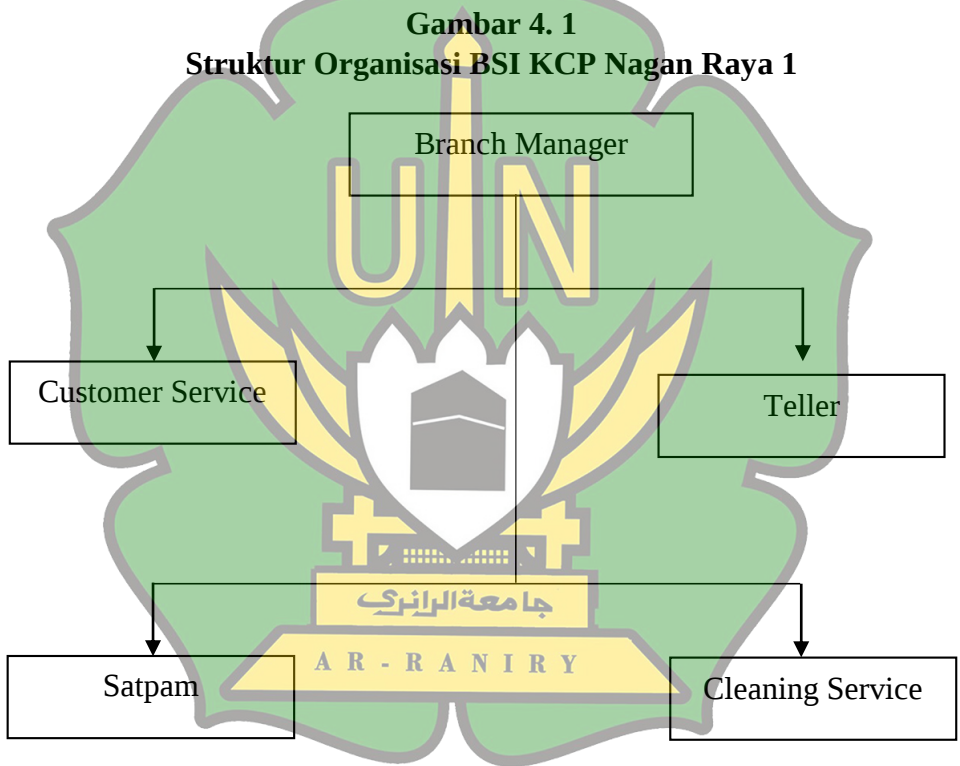
4.1.2 Visi dan Misi

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

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

4.1.3 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1

Struktur organisasi adalah susunan serta hubungan antara tiap bagian dalam organisasi, baik secara posisi maupun tugas, demi mencapai tujuan bersama. Adapun struktur organisasi pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1 adalah sebagai berikut:



Sumber: BSI KCP Nagan Raya 1

Adapun tugas dan tanggung jawab dari masing-masing peran adalah sebagai berikut:

1. *Branch manager* memiliki tugas dan tanggung jawab antara lain sebagai berikut :
 - a. Mengawasi serta melakukan koordinasi kegiatan operasional.
 - b. Memimpin kegiatan pemasaran dalam perbankan.
 - c. Memonitor kegiatan operasional perusahaan.
 - d. Memantau prosedur operasional manajemen risiko.
 - e. Melakukan pengembangan kegiatan operasional.
 - f. Observasi solusi terhadap semua maslaah.
 - g. Memberikan solusi terhadap semua masalah yang dihadapi karyawannya.
 - h. Memberi penilaian terhadap kinerja karyawan
2. *Customer Service* memiliki tugas dan tanggung jawab antara lain seperti *public relation*, tenaga *entry data*, *customer support*.
3. *Customer Service* memiliki tugas dan tanggung jawab adalah pekerjaan sehari-harinya yang berhubungan langsung dengan nasabah dan masyarakat umum
4. Satpam memiliki tugas dan tanggung jawab adalah menyelenggarakan ketertiban dan keamanan lingkungan tempat kerja, yang meliputi aspek personel, pengamanan fisik, informasi, serta pengamanan teknis lainnya.
5. *Cleaning Services* memiliki tugas dan tanggung jawab membersihkan serta memelihara kebersihan bank.

4.1.4 Perkembangan Nasabah Bank Syariah Indonesia

Kehadiran Bank Syariah Indonesia ditengah-tengah kehidupan masyarakat saat ini merupakan usaha untuk menciptakan Bank Syariah yang menjadi kebanggaan umat yang diharapkan dapat menjadi gairah baru dalam proses perkembangan ekonomi nasional serta berkontribusi atas kesejahteraan masyarakat secara luas. Sampai saat ini jaringan yang dimiliki Bank Syariah Indonesia telah menjangkau hampir seluruh wilayah Indonesia, hal ini menunjukkan komitmen Bank Syariah Indonesia dalam membantu perekonomian nasional serta menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang *modern, universal*, dan memberikan kebaikan bagi seluruh masyarakat luas.

Adapun perkembangan nasabah pada produk tabungan dengan menggunakan akad wadiah pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1, adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Perkembangan Nasabah Pada Produk Tabungan BSI KCP
Nagan Raya 1

Tahun	Jumlah Nasabah
2020	6.874
2021	9.541
2022	11.542

Sumber: BSI KCP Nagan Raya (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah nasabah yang menggunakan produk Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1 setiap tahunnya meningkat, adapun peningkatan dari tahun 2020 ke tahun 2023 adalah 4.468 nasabah.

4.2. Aplikasi *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia

4.2.1 Nama, Pengertian dan Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia *Mobile Banking*

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (“Bank Syariah Indonesia”) adalah bank hasil penggabungan dari tiga bank Syariah milik BUMN yakni PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank BNI Syariah, dan PT Bank BRI Syariah Tbk. yang mulai beroperasi pada 1 Februari 2021. Penggabungan ini menyatukan kekuatan ketiga bank syariah tersebut dan bertujuan untuk mengoptimalkan potensi keuangan dan ekonomi syariah Indonesia yang besar. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia memiliki visi untuk menjadi salah satu dari 10 bank Syariah terbesar di dunia dari sisi kapitalisasi pasar dalam 5 tahun ke depan.

BSI Mobile merupakan fasilitas mobile banking Bank Syariah Indonesia bagi para nasabahnya. BSI Mobile memiliki akses ke rekening tabungan nasabah sehingga dapat digunakan untuk melakukan berbagai transaksi secara online. Aplikasi ini dapat diakses kapan pun dan di mana pun melalui ponsel baik Android maupun iOS. Adapun Bank Syariah Indonesia di luncurkan pada tanggal 1 Februari 2021 sedangkan pada *playstore* tanggal perilisan Bank Syariah Indonesia *mobile banking* adalah pada tanggal 18 April 2018 dan terakhir di update adalah pada tanggal 11 Desember 2023.

4.2.2. Tujuan Jasa *Mobile Banking* BSI

Layanan *mobile banking* memberikan kemudahan bagi para nasabahnya untuk melakukan transaksi perbankan seperti mengecek saldo, melakukan transfer antar rekening, pembayaran tagihan atau melakukan *top up e-wallet* tanpa mendatangi gerai bank dan tanpa bantuan petugas bank, tetapi kegiatan transaksi dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi *mobile banking* yang ada pada handphone/smartphone. Adapun tujuan dari *mobile banking* adalah:

- a. *Informational* (memberi informasi). Sebagai salah satu layanan yang diberikan perbankan, *mobile banking* menyediakan fitur yang hanya memuat informasi terkait produk-produk dan jasa yang dimiliki suatu bank seperti penjelasan dari produk atau jasa, cara pembukaan rekening untuk produk atau jasa, dan/atau syarat dan ketentuan ketika ingin menggunakan produk atau jasa.
- b. *Communicative* (dapat berhubungan) yaitu melakukan dialog dengan server bank. Dialog disini berarti nasabah bisa melakukan interaksi dengan server bank diantaranya bisa meminta informasi saldo yang ada di rekening melalui aplikasi *mobile banking*, meminta data laporan transaksi, pengubahan data pribadi nasabah melalui aplikasi *mobile banking* ataupun melakukan kegiatan non-finansial lainnya.
- c. *Transactional* (dapat digunakan untuk transaksi), pada sistem ini nasabah bisa leluasa melakukan kegiatan transaksi

seperti transfer antar bank, pembayaran tagihan, pembelian, TOP UP dan transaksi lainnya.

4.2.3. Layanan dan Aktivasi Bank Syariah Indonesia *Mobile Banking*

Solusi untuk kemudahan nasabah dalam melakukan berbagai transaksi, beribadah dan berbagai melalui beragam fitur dalam satu aplikasi. BSI Mobile dapat menemani nasabah dalam 24 jam dan membuat segala menjadi lebih seimbang secara finansial, spiritual dan sosial. Adapun keunggulannya, yaitu: (www.irbankbsi.com diakses pada tanggal 20 Desember 2023).

1. Sahabat finansial

Lebih mudah untuk mengatur keuangan mulai saat ini dengan berbagai fitur finansial BSI Mobile seperti transaksi terjadwal, manajemen kartu dan masih banyak lagi fitur menarik lainnya.

2. Sahabat spiritual

Layanan Islami seperti fitur lokasi masjid, waktu shalat, dan arah kiblat membuat ibadah lebih mudah.

3. Sahabat sosial

Berbagi dengan orang terdekat sekarang lebih mudah dengan BSI Mobile melalui fitur berbagi-Ziswaf.

Untuk mengaktifkan aplikasi BSI Mobile bisa dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu:

- a. Aktivasi langsung setelah berhasil buka rekening *online*.

b. Aktivasi melalui BSI Call 14040

1. Hubungi BSI Call di 14040
2. Tekan 1 untuk layanan perbankan
3. Verifikasi data nasabah oleh customer service
4. Aktivasi BSI Mobile menggunakan kode aktivasi yang telah dikirim ke nomor HP anda melalui SMS. Pastikan pulsa anda tersedia
5. BSI Mobile siap digunakan

c. Aktivasi melalui kantor cabang BSI terdekat

d. Registrasi dan aktivasi BSI Mobile dengan verifikasi *face recognition* (nasabah dengan smartphone android).

1. Buka aplikasi BSI Mobile
2. Klik sudah memiliki rekening
3. Klik aktivasi
4. Isi data diri sesuai data tersimpan pada bank
5. Kode OTP akan terisi otomatis. Jika belum terisi secara otomatis silahkan cek SMS dengan pengirim dari BSI Mobile
6. Masukkan PIN BSI Mobile
7. Verifikasi wajah dengan mengikut instruksi dari BSI Mobile
8. Buat kata sandi
9. BSI Mobile siap digunakan

Adapun tarif dan biayanya yaitu:

1. Bebas biaya
2. Biaya transaksi dikenakan sesuai dengan transaksi yang dilakukan.
3. Pada proses aktivasi BSI Mobile yang dilakukan di luar negeri dengan menggunakan operator luar negeri, nasabah akan dikenakan biaya untuk pengiriman SMS verifikasi aktivasi dengan besaran biaya berdasarkan ketentuan masing-masing operator yang digunakan.

4.2.4. Fitur Layanan Bank Syariah Indonesia *Mobile Banking*

Fitur layanan pada Bank Syariah Indonesia *mobile banking* adalah sebagai berikut:

1. Cek Saldo
 - a. Informasi rekening
 - b. Portofolio
 - c. Saldo e-Money dan kurs
 - d. daftar mutasi, dan tanggal mutasi
2. Transfer Dana Transaksi transfer antar rekening BSM, Non BSM, QRIS, tarik tunai.
3. Pembayaran Transaksi pembayaran (Tagihan PLN, Telepon/HP, Institusi Pendidikan, Tiket, Asuransi, ecommerce, Internet/TV Cable, zakat/infak, wakaf, BPJS, PDAM, Haji dan Umrah, Penerimaan Negara (MPN), Multi Payment).

4. Pembelian Transaksi pembelian (Voucher HP, Token PLN, Top up dan Update saldo e-money, paket data).
5. Ziswaf (zakat, infaq, qakaf, donasi, jadi berkah, kalkulator zakat)
6. Rekening Baru Buka rekening (tabungan mabrur, tabungan mudharabah, tabungan wadiah)
7. Tarik tunai. Layanan islami (juz amma, juz amma per ayat, asmaul husna, hikmah)
8. Fitur Islami (Jadwal Sholat, Lokasi Masjid, arah Kiblat dan Hikmah)
9. Lokasi kantor cabang dan ATM BSM/Mandiri terdekat.
10. Bagikan bukti transaksi ke media sosial.
11. Simpan transaksi menjadi menu favorit
12. Pengaturan akun Mobile Banking: Perubahan PIN/Bahasa, menu favorit. (Transaksi juga dapat dilakukan langsung dari menu favorit) dan Pendaftaran Alamat Email Notifikasi Transaksi

4.3. Deskripsi dan Tanggapan Responden Penelitian

4.3.1. Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik responden yang digunakan untuk penelitian ini dilakukan terhadap 100 orang Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1 dalam berbagai penggunaan di Bank. Karakteristik dikelompokkan pada jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan Pendidikan

4.3.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

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

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	47	47%
2	Perempuan	53	53%
	Total	100	100%

Sumber : data diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa Sebagian besar responden yang mengisi kuesioner melalui *google form* oleh responden laki-laki sebanyak 47%, sedangkan responden Perempuan sebanyak 53%. Maka hal ini menunjukkan bahwa yang menggunakan *mobile banking* mayoritas Perempuan, hal ini disebabkan karena responden yang di ambil dalam penelitian ini yaitu menggunakan Teknik *random sampling*, sehingga jumlah antara jenis kelamin laki-laki dan Perempuan berbeda.

4.3.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

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

Tabel 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	16-25 Tahun	39	39%
2	26-35 Tahun	27	27%
3	36-45 Tahun	19	19%
4	46-55 Tahun	12	12%
5	> 55 Tahun	3	3%
	Total	100	100%

Sumber : dioalah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.3 ditunjukan berdasarkan usia,Sebagian besar pengisi Respoden dalam penelitian ini adalah yang berusia 16-25 tahun 39 orang atau 39%,Sedangkan usia 26-35 tahun sebanyak 27 orang atau 27%,kemudian pada umur 36-45 tahun sebanyak 19 orang atau 19%.kemudian usia 46-55 tahun 12 orang atau 12 % dan usia 55 ke atas sebanyak 3 orang atau 3%.hal ini di kelompokkan dari usia yang produktif yaitu usia 16-25 tahun yang memiliki persentase terbanyak penggunaan *mobile banking* karena memiliki kemampuan dalam mengakses teknologi yang tinggi dan juga dengan adanya *mobile banking* memudahkan berbagai akses keperluan dari berbagai pengelompokan.

4.3.1.3. Karakteristik responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan, responden dalam penelitian ini di deskripsikan saebagai berikut :

Tabel 4. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	20	20%
2	PNS	24	24%
3	Wiraswasta	48	48%
4	Lainnya	8	8%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa dari semua pekerjaan, sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa sebanyak 20 orang atau 20%, kemudian PNS 24 orang atau 24%, sedangkan wiraswasta sebanyak 48 orang atau 48%, untuk 8 orang atau 8% didominasi oleh pekerjaan lain misal pekerja petani sawit, toko bangunan, buruh dan lain sebagainya. Wiraswasta menjadi mayoritas dalam penelitian ini, yang mungkin disebabkan oleh struktur masyarakat di daerah Nagan Raya di dominasi oleh Wiraswasta yang juga pengguna aktif *mobile banking*

4.3.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

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

Tabel 4. 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SD/SMP Sederajat	7	7%
2	SMA Sederajat	27	27%
3	Diploma	18	18%
4	S1	34	34%
5	S2/S3	14	14%
	Total	100	100%

Sumber : data diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas yang diurutkan secara sistematis berdasarkan jenjang pendidikan, sebagian besar Responden ditingkat kelas pendidikan Srata 1 sebanyak 34 orang atau 34 % sedangkan Respoden jenjang Pendidikan SMA 27 orang atau 27 %,pada Diploma sebanyak 18 orang atau 18 %, kemudian untuk responden tingkatan jenjang pendidikan Srata S2/S3 sebanyak 14 orang atau 14 % dan tingkatan jenjang pendidikan SD/SMP sebanyak 7 orang atau 7%.berdasarkan responden tingkatan mayoritas yang paling mendomisili pada tingkatan jenjang Srata-1, hal ini tingkatan produktivitas Srata-1 yang tinggi dalam penggunaan *mobile banking* ,dengan perkembangan teknologi yang makin pesat yang mengedepankan teknologi membuat *mobile banking* sangat diminati dikalangan mereka.

4.3.2.Deskripsi Tanggapan Responden Penelitian

Pada penelitian ini penilaian responden terhadap variabel diukur dengan skor terendah yaitu 1 untuk jawaban yang sangat tidak setuju dan skor tertinggi yaitu 5 untuk jawaban yang sangat setuju. Selain itu, nilai rata-rata dari variabel dapat digunakan untuk mengkarakterisasi jawaban variabel.

4.3.2.1.Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan

Berikut tabel distribusi frekuensi aspek atau variabel kemudahan berdasarkan data hasil pengumpulan kuesioner terhadap

responden pada (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1).

Tabel 4. 6
Penilaian Responden Terhadap Kemudahan

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rerata
<i>Easy to learn</i>	0	3	4	29	64	4,54	4,54
<i>Easy to understand</i>	0	0	4	34	62	4,58	
<i>Effortless</i>	0	0	7	38	55	4,48	
<i>Easy to use</i>	0	0	8	27	65	4,57	

Sumber : data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.6, dilihat secara keseluruhan menunjukkan variabel kemudahan pada penelitian ini memiliki nilai rerata sebesar 4,5. ini memperlihatkan pernyataan yang diberikan oleh responden terhadap variabel kemudahan pada penelitian ini “Sangat Baik” yaitu nilainya berada pada rentang skor 4,21 - 5,00. adapun nilai tertinggi diantara item yang lain tepatnya pada item “*easy to understand*” dengan nilai sebesar 4,58. dengan data tersebut rata-rata nasabah mulai akan paham menggunakan *m-banking* pada Bank syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.

Adapun item “*effortless*” mendapatkan nilai yang paling rendah diantara item yang lain sebesar 4,48. hal ini menunjukkan bahwa *effortless* yang diberikan masih cenderung kurang baik pada penggunaan *m-banking* BSI KCP di Nagan Raya 1.

4.3.2.2.Tanggapan Responden Terhadap Variabel Manfaat

Berikut tabel distribusi frekuensi aspek atau variabel manfaat berdasarkan data hasil pengumpulan kuesioner terhadap responden pada (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1).

Tabel 4. 7
Penilaian Responden Terhadap Manfaat

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rerata
<i>Easler</i>	0	3	12	37	48	4,3	4,32
<i>Work more quickly</i>	0	3	12	41	44	4,26	
<i>Performance</i>	0	4	9	41	46	4,34	
<i>Useful</i>	0	1	12	36	51	4,37	
<i>Effectiveness</i>	0	2	10	41	47	4,33	

Sumber : data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.7, dilihat secara keseluruhan menunjukkan variabel manfaat pada penelitian ini memiliki nilai rerata sebesar 4,32 ini memperlihatkan pernyataan yang diberikan oleh responden terhadap variabel manfaat pada penelitian ini “Sangat Baik” yaitu nilai rerata berada pada rentang skor 4,21 - 5,00. Adapun nilai tertinggi diantara item yang lain tepatnya pada item “*useful*” dengan nilai sebesar 4,37. Dengan data tersebut rata-rata nasabah mulai akan bermanfaat sejak menggunakan *m-banking* di daerah Nagan Raya 1.

Adapun item “*Work more quickly*” mendapatkan nilai yang paling rendah diantara item yang lain sebesar 4,26. Hal ini menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan yang diberikan masih cenderung kurang baik pada penggunaan *m-banking* BSI KCP Nagan Raya 1.

4.3.2.3.Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keamanan

Berikut tabel distribusi frekuensi aspek atau variabel keamanan berdasarkan data hasil pengumpulan kuesioner terhadap responden pada (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1).

Tabel 4. 8
Penilaian Responden Terhadap Keamanan

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rerata
Layanan <i>mobile banking</i> BSI dijamin keamanannya	0	56	29	12	3	2,62	2,11
Keamanan apk <i>m-banking</i> sesuai harapan	51	36	10	3	3	1,35	
Layanan apk <i>m-banking</i> aman dan nyaman saat bertransaksi	50	35	11	4	0	1,64	
Proses transaksi sangat terlindungi	0	55	34	8	0	2,25	
Menjamin data dan identitas pribadi terjaga dengan baik	0	49	35	11	3	2,72	

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.8, dilihat secara keseluruhan menunjukkan variabel keamanan pada penelitian ini memiliki nilai rerata sebesar 2,11 ini memperlihatkan pernyataan yang diberikan oleh responden terhadap variabel keamanan pada penelitian ini “Tidak Baik” yaitu nilai rerata berada pada rentang skor 1,81 - 2,60. adapun nilai tertinggi diantara item yang lain tepatnya pada item “menjamin data” dengan nilai sebesar 2,72. Dengan data tersebut rata-rata nasabah mulai meragukan keamanan *BSI Mobile*.

Adapun item “harapan” mendapatkan nilai yang paling rendah diantara item yang lain sebesar 1,35. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelayanan yang diberikan masih cenderung kurang baik pada penggunaan *m-banking* di BSI KCP Nagan Raya 1.

4.3.2.4. Tangapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan

Berikut tabel distribusi frekuensi aspek atau variabel kepercayaan berdasarkan data hasil pengumpulan kuesioner terhadap responden pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1

Tabel 4. 9
Penilaian Responden Terhadap Kepercayaan

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rerata
<i>Ability</i>	0	5	11	47	37	4,16	2,11
<i>Integrity</i>	0	6	16	40	38	4,10	
<i>Benevolence</i>	0	5	10	48	37	4,17	

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.9, dilihat secara keseluruhan menunjukkan variabel kepercayaan pada penelitian ini memiliki nilai rerata sebesar 4,14 ini memperlihatkan pernyataan yang diberikan oleh responden terhadap variabel kepercayaan pada penelitian ini “Baik” yaitu nilai rerata berada pada rentang skor 3,41 - 4,20. adapun nilai tertinggi diantara item yang lain tepatnya pada item “*benevolence*” dengan nilai sebesar 4,17. Dengan data tersebut rata-rata nasabah mulai akan ada kebijakan baru yang mengenai cara

menaikkan nama BSI dengan dimulai dari kepercayaan *mobile banking* pada BSI KCP Nagan Raya 1.

Adapun item “*intergrity*” mendapatkan nilai yang paling rendah diantara item yang lain sebesar 4,1. Hal ini menunjukkan bahwa integritas karyawan masih cenderung kurang baik pada penggunaan m-banking pada BSI KCP Nagan Raya 1.

Kepercayaan nasabah merupakan hal yang penting bagi nasabah dalam menggunakan produk dan jasa yang disediakan. Kepercayaan menjadi hal yang mendasar bagi nasabah, sehingga bank harus dapat meyakinkan nasabah dalam menggunakan produk atau jasa yang disediakan dengan cara menunjukkan keunggulan seperti kemudahan dan manfaat yang diberikan dalam menggunakan produk atau jasa dari bank serta dapat melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk memperkenalkan produk atau jasa dari bank.

4.3.2.5. Tangapan Responden Terhadap Variabel Minat

Berikut tabel distribusi frekuensi aspek atau variabel kepercayaan berdasarkan data hasil pengumpulan kuesioner terhadap responden pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.

Tabel 4. 10
Penilaian Responden Terhadap Minat

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rerata
Minat transaksional	0	0	9	37	54	4,45	4,48
Minat refrensial	0	2	11	42	45	4,3	
Minat preferensial	0	3	12	39	46	4,28	
Minat eksploratif	0	1	8	39	62	4,92	

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.9, dilihat secara keseluruhan menunjukkan variabel minat pada penelitian ini memiliki nilai rerata sebesar 4,48. ini memperlihatkan pernyataan yang diberikan oleh responden terhadap variabel minat pada penelitian ini “Sangat Baik” yaitu nilai rerata berada pada rentang skor 4,21 - 5,00. adapun nilai tertinggi diantara item yang lain tepatnya pada item “eksploratif” dengan nilai sebesar 4,92. Dengan data tersebut masyarakat di daerah Nagan Raya memiliki rasa kaingin tahuan nya sangat tinggi.

Adapun item “preferensial” mendapatkan nilai yang paling rendah diantara item yang lain sebesar 4,28. Hal ini menunjukkan bahwa keminatan akan loyalitas masih cenderung kurang baik pada penggunaan *m-banking* pada BSI KCP Nagan Raya 1.

4.4. Hasil Uji Kualitas Instrumen

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Jadi instrumen penelitian

adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun social yang diamati (Sugiyono, 2016).

4.4.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r -hitung dari hasil output dengan r -tabel yang penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 29, dimana jika r -hitung $>$ r table maka butir pertanyaan disetiap kuesioner tersebut valid, sedangkan jika r -hitung $<$ r -tabel maka dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2018).

Tabel 4. 11
Uji Validitas Variabel Kemudahan (X₁)

Variabel X ₁	R hitung	R tabel	Keterangan
Kemudahan 1	0,783	0,196	Valid
Kemudahan 2	0,846		Valid
Kemudahan 3	0,784		Valid
Kemudahan 4	0,803		Valid

Sumber : data diolah (2023)

Tabel 4. 12
Uji Validitas Variabel Manfaat (X₂)

Variabel X ₂	R hitung	R tabel	Keterangan
Manfaat 1	0,846	0,196	Valid
Manfaat 2	0,911		Valid
Manfaat 3	0,862		Valid
Manfaat 4	0,932		Valid
Manfaat 5	0,894		Valid

Sumber : data diolah (2023)

Tabel 4. 13
Uji Validitas Variabel Keamanan (X₃)

Variabel X ₂	R hitung	R tabel	Keterangan
Keamanan 1	0,927	0,196	Valid
Keamanan 2	0,953		Valid
Keamanan 3	0,864		Valid
Keamanan 4	0,889		Valid
Keamanan 5	0,846		Valid

Sumber : data diolah (2023)

Tabel 4. 14
Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X₄)

Variabel X ₂	R hitung	R tabel	Keterangan
Kepercayaan 1	0,927	0,196	Valid
Kepercayaan 2	0,953		Valid
Kepercayaan 3	0,864		Valid
Kepercayaan 4	0,889		Valid
Kepercayaan 5	0,846		Valid

Sumber : data diolah (2023)

Tabel 4. 15
Uji Validitas Variabel Minat (Y)

Variabel Y	R hitung	R tabel	Keterangan
Minat 1	0,875	0,196	Valid
Minat 2	0,875		Valid
Minat 3	0,817		Valid
Minat 4	0,873		Valid

Sumber : data diolah (2023)

Berdasarkan kelima tabel di atas dapat diketahui semua valid, hal tersebut dapat dilihat dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,196), Sehingga dapat disimpulkan semua tabel di atas memiliki uji validitas yang valid.

4.4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrumen dapat dipercaya atau dapat

diandalkan, artinya reliabilitas berkaitan dengan keputusan Instrument (dalam pengertian konsisten) alat ukur (Mustafa, 2013). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan tetap konsisten dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika cronbach' alpha > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika cronbach' alpha < 0,60 (Ghozali, 2018).

Tabel 4. 16
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach Alpha
Kemudahan(X ₁)	0,60	0,812
Manfaat (X ₂)		0,933
Keamanan (X ₃)		0,937
Kepercayaan (X ₄)		0,873
Minat (Y)		0,879

Sumber : data diolah (2023)

Dari tabel diatas diketahui Data reliabel atau dapat dipercaya karena kelima variabel nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian Variabel kemudahan, manfaat, keamanan, kepercayaan dan minat dinyatakan Reliabel atau dapat dipercaya

4.5. Hasil Uji Asumsi Klasik

4.5.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki distribusi normal baik variabel terikat maupun variabel bebas. Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Penelitian ini melakukan uji normalitas data dengan melihat nilai signifikan di bagian *Kolmogorov-Smirnov* atau *Shapiro-Wilk* dari dalam tabel *Test Of Normality*. Dalam uji normalitas, peneliti menggunakan nilai signifikan di bagian *Kolmogorov-Smirnov* karena data yang diuji lebih besar dari pada 50, jika data yang diuji lebih kecil dari 50, peneliti menggunakan nilai signifikan di bagian *Shapiro-Wilk* (Ghozali, 2018).

Adapun dasar dalam pengambilan keputusan uji Normalitas sebagai berikut:

1. Angka signifikan uji *Kolmogorov-Smirnov* atau *Shapiro-Wilk* signifikan $> 0,05$ menunjukkan data berdistribusi normal.
2. Angka signifikan uji *Kolmogorov-Smirnov* atau *Shapiro-Wilk* signifikan $< 0,05$ menunjukkan data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. 17
Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.68825439
Most Extreme Differences	Absolute	.146
	Positive	.066
	Negative	-.146
Test Statistic		.146
Asymp. Sig. (2-tailed)		.060 ^c

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji normalitas tabel 4.16, Nilai *kolmogorov-Smirnov* adalah 0,146 dan memiliki nilai signifikansi 0,060 atau lebih dari 0,05. Hal ini memperlihatkan apabila nilai residual terdistribusi secara normal. Oleh karena itu data penelitian dianggap terdistribusi secara normal.

4.5.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji adanya korelasi diantara variabel bebas (*Independent*) pada model regresi yang ditentukan. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat variabel dependent yang menunjukkan kemiripan antar variabel dependent dalam suatu model. Kesamaan antar variable *Independent* akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial

masing-masing variabel Independent terhadap variabel dependen. Suatu model regresi dikatakan multikolinearitas apabila terdapat nilai tolerance $< 0,10$ dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10 (Ghozali, 2018).

Tabel 4. 18
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Kemudahan(X_1)	0,717	1,394
Manfaat (X_2)	0,607	1,648
Keamanan (X_3)	0,610	1,641
Kepercayaan (X_4)	0,591	1,693

Sumber : data diolah (2023)

Tidak terjadi multikolinieritas dikarenakan

Nilai tolerance $> 0,10$, yaitu:

Kemudahan (X_1) dengan nilai *tolerance* $0,717 > 0,10$

1. Manfaat (X_2) dengan nilai *tolerance* $0,607 > 0,10$
2. Keamanan (X_3) dengan nilai *tolerance* $0,610 > 0,10$
3. Kepercayaan (X_4) dengan nilai *tolerance* $0,591 > 0,10$

Sedangkan nilai VIF < 10

1. Kemudahan (X_1) dengan nilai VIF $1,394 < 10$
2. Manfaat (X_2) dengan nilai VIF $1,648 < 10$
3. Keamanan (X_3) dengan nilai VIF $1,641 < 10$
4. Kepercayaan (X_4) dengan nilai VIF $1,693 < 10$

Memperlihatkan bahwa tidak adanya multikolinearitas, lalu dapat disimpulkan apabila data penelitian ini tidak menunjukkan multikolinearitas.

4.5.3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menunjukkan bahwa varians dari setiap variabel sama untuk semua pengamatan. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homoskedastisitas atau dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Metode uji yang digunakan adalah metode Glejser. Metode tersebut dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya (e) dimana:

1. Nilai probabilitas signifikansi < 0.05 , maka terjadi gejala heteroskedastisitas
2. Nilai probabilitas signifikan > 0.05 , maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4. 19
Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig.
Kemudahan (X_1)	0,424
Manfaat (X_2)	0,680
Keamanan (X_3)	0,247
Kepercayaan (X_3)	0,068

Sumber : data diolah (2023)

Berdasarkan pada tabel 4.18 diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan dari Abs_Res dengan variabel-variabel yang telah ditransformasi ke *Absolute* (Abs) adalah melebihi nilai alpha (0,05), nilai signifikan pada Kemudahan sebesar 0,424, pada variabel Manfaat (X_2) sebesar 0,680 dan pada variabel keamanan (X_3) sebesar 0,247 dan pada variabel kepercayaan (X_4) sebesar 0,068.

Sehingga ketempat variabel lebih besar dari 0,05 sehingga terbebas dari heterokedastisitas.

4.6. Uji Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan persamaan regresi linear berganda (*multiple regression*). Dalam analisis ini dapat dilihat bagaimana variabel bebas (X) mempengaruhi variabel terikat (Y).

Tabel 4. 20
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandarized B	Standar Error	Standarized Coefecient Beta	Signifikan
Constant	2.165	1.677		0,200
Kemudahan(X ₁)	0,271	0,100	0,225	0,008
Manfaat (X ₂)	0,195	0,065	0,269	0,004
Keamanan (X ₃)	0,031	0,061	0,045	0,615
Kepercayaan (X ₄)	0,442	.0,01	0,400	0,000

Sumber: data diolah (2023)

Rumus persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 2,165 + 0,271 X_1 + 0,195 X_2 + 0,031 X_3 + 0,442 X_4 + e$$

Keterangan :

1. Konstanta mempunyai nilai sebesar 2,165 yang artinya apabila variabel kemudahan, Manfaat, keamanan dan kepercayaan konstan maka Minat sebesar 2,165.
2. Kemudahan (X₁) sebesar 0,271 yang artinya apabila mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dengan variabel bebas lain konstan maka akan meningkatkan Minat sebesar 0,271.

3. Manfaat (X_2) sebesar 0,195 yang artinya apabila mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dengan variabel bebas lain konstan maka akan meningkatkan Minat sebesar 0,195.
4. Keamanan (X_3) sebesar 0,031 yang artinya apabila mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dengan variabel bebas lain konstan maka akan meningkatkan Minat sebesar 0,031.
5. Kepercayaan (X_4) sebesar 0,442 yang artinya apabila mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dengan variabel bebas lain konstan maka akan meningkatkan Minat sebesar 0,442.

4.7. Hasil Uji Hipotesis

4.7.1. Hasil Uji Secara Parsial (uji t)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independent secara individual (parsial) berpengaruh terhadap variabel dependent. Uji parsial atau uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independent secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

Uji parsial (individu) dilakukan dengan cara membandingkan T hitung dan T tabel dengan ketentuan untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dengan tingkat signifikansi 5% (0,05). Pengujian ini memiliki ketentuan-ketentuan, yaitu:

1. Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ atau T hitung $> T$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara individual.

2. Jika probabilitas (signifikansi) > 0,05 atau T hitung < T tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak yang berarti variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikatnya secara individual.

Tabel 4. 21
Hasil Uji Parsial (uji t)

Variabel	T hitung	T tabel	Signifikan
Constant	1,291	1,984	0,200
Kemudahan(X ₁)	2,715		0,008
Manfaat (X ₂)	2,994		0,004
Keamanan (X ₃)	0,504		0,615
Kepercayaan (X ₄)	4,385		0,000

Sumber : data diolah (2023)

T tabel df = n-k-1 = 100- 4 -1 = 95

T tabel = 1,984

- a. Kemudahan (X₁) berpengaruh karena 2,715 > 1,984 terhadap Minat dan signifikan karena 0,008 < 0,050
- b. Manfaat (X₂) berpengaruh karena 2,994 > 1,984 terhadap Minat dan signifikan karena 0,004 < 0,050
- c. Keamanan (X₃) tidak berpengaruh karena 0,504 < 1,984 terhadap Minat dan tidak signifikan karena 0,615 > 0,050
- d. Kepercayaan (X₄) berpengaruh karena 4,385 > 1,984 terhadap Minat dan signifikan karena 0,000 < 0,050

Tabel 4.16 memperlihatkan untuk nilai Sig. Pengaruh variabel kemudahan (X₁) terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile banking* (Y) sebesar 0,008 < 0,05 serta t hitung 2,715 > 1,984. Bisa dinyatakan jika hipotesis pertama (H1) dapat diterima.

Selanjutnya, Pada hipotesis ke dua pengaruh variabel manfaat (X_2) terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile banking* (Y) memperlihatkan untuk nilai Sig. $0,004 > 1,984$, serta nilai t hitung $2,994 > 1,984$. Bisa dinyatakan hipotesis kedua (H2) dapat diterima.

Selain itu, Penelitian variabel keamanan (X_3) terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile banking* (Y) memperlihatkan untuk nilai Sig. $0,615 > 0,05$, menunjukkan bahwa tidak berpengaruh, serta t hitung $0,504 < 1,984$ menunjukkan tidak signifikan. Bisa dinyatakan hipotesis (H3) tidak berpengaruh dan tidak signifikan, hipotesis tidak diterima.

Pada variabel kepercayaan (X_4) terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile banking* (Y) memperlihatkan untuk nilai Sig. $0,000 < 0,05$, serta nilai t hitung $4,385 > 1,984$. Bisa dinyatakan Hipotesis ke empat (H4) dapat diterima.

4.7.2. Hasil Uji Secara Simultan (uji f)

Uji Simultan ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent atau bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variable dependen atau terikat (Ghozali, 2018). Uji simultan dilakukan dengan cara membandingkan F hitung dan F tabel dengan ketentuan untuk *degree of freedom* (df) = $n-k-1$ dengan tingkat signifikansi 5% (0,05).

Tabel 4. 22
Hasil Uji Simultan (uji f)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	322.580	4	80.645	27.151	0,000
	Residual	282.170	95	2.970		
	Total	604.750	99			

Sumber : data diolah (2023)

F tabel $df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$

F tabel $df_2 = n - k - 1 = 100 - 4 - 1 = 95$

Maka f tabel 2,70

Pada pengujian hipotesis ke lima (H5) Variabel kemudahan, Manfaat, keamanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan atau secara bersama-sama karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ $27,151 > 2,70$ dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,050 yaitu $0,000 < 0,050$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan, Manfaat, keamanan dan kepercayaan berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap Minat. Oleh karena itu, hipotesis kelima (H5) dapat diterima.

4.7.3. Hasil Uji Determinasi (Model R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui persentase variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas. Nilai koefisien determinasi (R^2) memiliki interval antara 0 sampai 1. Jika nilai (R^2) semakin mendekati 1 menandakan hasil untuk model regresi tersebut baik atau variabel independen secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel dependen. Sedangkan jika

nilai (R^2) semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen (Sujarweni, 2015).

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi dari variabel dependen atau variabel terikat. Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dapat diketahui variabel bebas mana yang memiliki efek paling dominan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018).

Tabel 4. 23
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,730	0,533	0,514	1,723

Sumber : data diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi maka nilai koefisien determinasi atau R square pada tabel diatas adalah 0,533 sehingga 53,3% variabel kemudahan, Manfaat, keamanan dan kepercayaan mampu menjelaskan variabel Minat . Sedangkan sisanya 46,7% dijelaskan oleh variabel yang tidak terdapat pada penelitian seperti teknologi informasi, risiko dan lain sebagainya.

4.8. Hasil Pembahasan

4.8.1. Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* BSI KCP Nagan Raya 1

Pada pengujian hipotesis dapat dikatakan signifikan ketika nilai T-statistics lebih besar dari nilai t hitung 1,96, sedangkan jika nilai T-statistics kurang dari 1,96 maka dianggap tidak signifikan (Ghozali, 2018). Uji parsial (individu) dilakukan dengan cara membandingkan T hitung dan T tabel dengan ketentuan untuk *degree of freedom* (df) = n-k dengan tingkat signifikansi 5% (0,05).

Berdasarkan hasil uji hipotesis Pengaruh variabel kemudahan (X_1) terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile banking* (Y) Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1 sebesar $0,008 < 0,05$ serta t hitung $2,715 > 1,984$. Memperlihatkan Kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap Minat dan Nilai koefisien hasil regresi sebesar 0,271. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan memiliki hasil yang positif terhadap minat menggunakan *m-banking* Pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya. Artinya kemudahan dapat menjadi tolak ukur responden untuk menggunakan *m-banking* Pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya.

Berdasarkan hasil diatas maka kemudahan dapat menjadi tolak ukur peneliti untuk menghasilkan minat nasabah menggunakan *BSI mobile*, dengan melakukan sosialisasi tentang kemudahan melakukan *m-banking*, Masyarakat akan berminat menggunakan BSI mobile, dan masih terjadi jaringan yang kurang

memadai di daerah terpencil yang akan memungkinkan Masyarakat tidak yakin menggunakan BSI mobile tersebut. Apabila terjadi listrik padam, di daerah terpencil tidak akan bisa menggunakan BSI mobile, oleh karena itu kemudahan yang di tawarkan pihak BSI harus lah sesuai dengan pokok dan fungsi BSI mobile.

Berdasarkan hasil kuesioner mendapatkan hasil rata-rata 4,54 yang artinya bahwa nasabah sangat setuju bahwa *BSI mobile* memberikan kemudahan dalam menggunakannya. Penggunaan *BSI mobile* tidak memerlukan keterampilan khusus dan tidak memerlukan waktu yang lama dalam mempelajari fitur-fitur yang disediakan. Selain itu *BSI mobile* juga memberikan layanan yang lengkap dalam memenuhi transaksi secara *online*.

Maka kemudahan memiliki peran yang besar terhadap minat dalam menggunakan *M-banking* pada BSI. Kemudahan dalam menggunakan *M-banking* sangat penting terhadap sesuatu dalam mengambil keputusan. Kemudahan dalam menggunakan akan menjadi hal yang mempengaruhi keputusan bagi seseorang untuk menggunakan *M-banking* sebagai alat untuk melakukan transaksi sehari-hari, sehingga menimbulkan minat pemakaian bagi seseorang tersebut.

Sejalan dengan penelitian (Purwati, 2018) dan Laksana dkk (2015) yang bahwa kemudahan dalam menggunakan *M-banking* akan menimbulkan serta meningkatkan minat. Kemudahan yang diberikan oleh *M-banking* sangat dapat dikategorikan hal yang paling penting. Dapat dilihat dari hasil penelitian ini yaitu kemudahan

berpengaruh terhadap minat penggunaan. Kualitas dari kemudahan merupakan proses nasabah Bank Syariah Indonesia untuk memilih, menimbang dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh tentang kemudahan yang akan diberikan Bank Syariah Indonesia melalui *M-Banking* kepada masyarakat akan direspon melalui tindakan.

4.8.2. Pengaruh Manfaat Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* BSI KCP Nagan Raya 1

Pada pengujian hipotesis dapat dikatakan signifikan ketika nilai T-statistics lebih besar dari nilai t hitung 1,96, sedangkan jika nilai T-statistics kurang dari 1,96 maka dianggap tidak signifikan (Ghozali, 2018). Uji parsial (individu) dilakukan dengan cara membandingkan T hitung dan T tabel dengan ketentuan untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dengan tingkat signifikansi 5% (0,05).

Berdasarkan dari hasil pada hipotesis ke dua pengaruh variabel manfaat (X_2) terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile banking* (Y) Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1 memperlihatkan untuk nilai Sig. 0,004 > 1,984, serta nilai t hitung 2,994 > 1,984. Memperlihatkan Manfaat memiliki pengaruh positif terhadap Minat dan Nilai koefisien hasil regresi sebesar 0,195 memperlihatkan bahwa Manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *m-banking* studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.

Berdasarkan hasil kuesioner mendapatkan hasil rata-rata 4,32 yang artinya bahwa nasabah setuju bahwa BSI mobile memberikan manfaat dalam menggunakannya. Adapun manfaat yang diberikan oleh BSI Mobile diantaranya adalah mempercepat waktu dalam bertransaksi serta sangat efektif dalam melakukan transaksi sehingga BSI mobile mampu meningkatkan kinerja dari nasabah.

Manfaat yang diberikan akan menjadi hal yang sangat penting sebagai syarat bagi seseorang dalam menggunakan sesuatu, apabila sesuatu tersebut menghasilkan atau memberikan manfaat bagi penggunanya maka akan menimbulkan minat bagi seseorang untuk menggunakan M-banking. Akan tetapi, apabila sebaliknya jika *M-banking* tidak mampu memberikan manfaat kepada seseorang maka minat tidak akan timbul dan rasa untuk menggunakan *M-banking* tidak ada.

Manfaat yang diberikan menjadi pengaruh utama yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan *m-banking*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin banyak manfaat yang diberikan oleh *M-banking* ataupun diperoleh oleh masyarakat maka semakin banyak juga minat yang akan timbul pada masyarakat. Faktor manfaat ini juga didukung dengan pengaruh masyarakat lainnya dalam menimbulkan minat pemakaian.

Hasil penelitian Ratnaningrum (2022) menjelaskan bahwa semakin tinggi manfaat yang didapatkan, maka semakin tinggi juga minat ulang nasabah dalam menggunakan *mobile banking* tersebut.

Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh melalui penggunaan teknologi informasi. Persepsi terhadap manfaat yaitu yang diyakini individu ketika menggunakan teknologi informasi serta manfaat yang diterima oleh masyarakat dalam memudahkan pekerjaan mereka ataupun dalam meningkatkan produktivitas akan menimbulkan rasa minat untuk menggunakan uang elektronik.

Dapat disimpulkan menunjukkan bahwa variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Dikarenakan ada beberapa fitur *mobile banking* BSI yang mempercepat proses transaksi dan manfaatnya kita dapat mengirim atau transfer uang tidak langsung ke Banknya melainkan di rumah saja. bahwasannya dari hasil responden kebermanfaatan yang dirasakan nasabah dari penggunaan *mobile banking* tersebut dikatakan banyak, tidak susah payah keluar rumah dan mengantri di bank.

4.8.3. Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking BSI KCP Nagan Raya 1

Pada pengujian hipotesis dapat dikatakan signifikan ketika nilai T-statistics lebih besar dari nilai t hitung 1,96, sedangkan jika nilai T-statistics kurang dari 1,96 maka dianggap tidak signifikan (Ghozali, 2018). Uji parsial (individu) dilakukan dengan cara membandingkan T hitung dan T tabel dengan ketentuan untuk *degree of freedom* (df) = n-k dengan tingkat signifikansi 5% (0,05).

Penelitian variabel keamanan (X_3) terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile banking* (Y) memperlihatkan untuk nilai Sig. $0,615 > 0,05$, menunjukkan bahwa tidak berpengaruh, serta t hitung $0,504 < 1,984$ menunjukkan tidak signifikan. Pada variabel ini dianggap tidak berpengaruh dan signifikan karena tidak sesuai dengan syarat kriteria yang telah diberikan, maka variabel keamanan tersebut tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat nasabah menggunakan *m-banking* Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.

Berdasarkan hasil kuesioner mendapatkan hasil rata-rata 2,11 yang artinya bahwa nasabah tidak setuju bahwa BSI mobile memberikan keamanan dalam menggunakannya. Nasabah belum sepenuhnya mempercayai keamanan yang diberikan oleh BSI Mobile hal ini dikarenakan keamanan yang diberikan oleh BSI mobile belum sesuai dengan keinginan nasabah, serta layanan BSI mobile sering mengalami *error* dari pengiriman (transfer) maupun penerimaan uang. Akan tetapi, walaupun nasabah belum puas dengan keamanan serta layanan yang diberikan oleh BSI mobile, nasabah tetap menggunakan BSI mobile dalam melakukan transaksi secara *online*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Dikarenakan ada beberapa fitur *mobile banking* BSI masih dalam update dan masih ada sistem yang belum sempurna karena masih sering error saat melakukan transaksi yang disebabkan

oleh penuhnya server saat sedang melakukan transaksi. Kasus lain juga terjadi pada beberapa nasabah yang mana uang mereka tiba-tiba berkurang padahal tidak ada melakukan transaksi apapun pada hari itu sehingga mengakibatkan beberapa nasabah merasakan kurangnya keamanan yang dirasakan nasabah dari penggunaan *mobile banking* tersebut. keamanan menjadi kelemahan pada *m-banking*, dikarenakan sudah sering terjadi error yang menyebabkan kerugian beberapa pihak, oleh karena itu keamanan *cyber* haruslah menjadi pokok dalam menggunakan *m-banking*.

Adapun hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Pigan (2018) dan Kholid dkk (2018) yang menyatakan bahwa keamanan yang diberikan oleh *M-banking* akan dapat mempengaruhi nasabah dalam menggunakan *M-banking*. kemudian rendahnya risiko pada finansial yang diberikan dengan keamanan yang baik maka akan dapat meningkatkan minat penggunaan.

4.8.4. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Nagari Raya 1

Pada pengujian hipotesis dapat dikatakan signifikan ketika nilai T-statistics lebih besar dari nilai t hitung 1,96, sedangkan jika nilai T-statistics kurang dari 1,96 maka dianggap tidak signifikan (Ghozali, 2018). Uji parsial (individu) dilakukan dengan cara membandingkan T hitung dan T tabel dengan ketentuan untuk *degree of freedom* (df) = n-k dengan tingkat signifikansi 5% (0,05).

Pada variabel kepercayaan (X_4) terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile banking* (Y) memperlihatkan untuk nilai Sig. $0,000 < 0,05$, serta nilai t hitung $4,385 > 1,984$. Memperlihatkan Kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap Minat dan Nilai koefisien hasil regresi sebesar 0,442 memperlihatkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *m-banking* Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.

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

Berdasarkan hasil kuesioner mendapatkan hasil rata-rata 4,14 yang artinya bahwa nasabah setuju bahwa BSI mobile dapat dipercaya dalam menggunakannya. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa yakin atau percaya dalam menggunakan layanan serta dapat memberikan solusi yang tepat saat terjadi masalah dalam melakukan transaksi secara *online* pada BSI mobile.

Kepercayaan dalam teknologi dapat meliputi rasa percaya seseorang bahwa teknologi tersebut tidak akan merugikan satu pihak serta dapat meningkatkan kinerja atau mempermudah kegiatan

sehari-hari. Kemudian dalam menggunakan *mobile banking* rasa kepercayaan sangat dibutuhkan, karena untuk menggunakan *mobile banking* dibutuhkan rasa percaya pada aplikasi tersebut.

Kepercayaan yang positif tentu akan mempengaruhi minat dalam melakukan transaksi *online*, hal ini disebabkan aplikasi mampu menjalankan kegiatan kegunaan serta manfaat yang dihasilkan dengan baik dan dapat dipercaya. Kepercayaan merupakan hal yang mendasar dalam menciptakan keberhasilan suatu hubungan. Kepercayaan konsumen merupakan semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya.

Penelitian sejalan dengan Rahayu (2019) yang menyatakan bahwa ada pengaruh secara positif dan signifikan antara persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan *mobile banking*, artinya semakin tinggi tingkat kepercayaan maka minat nasabah pada penggunaan *mobile banking* semakin meningkat pula. Hasil ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Dwi Purnomo (2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

4.8.5. Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* BSI KCP Nagan Raya 1

Pada pengujian hipotesis dapat dikatakan signifikan ketika nilai T-statistics lebih besar dari nilai t hitung 1,96, sedangkan jika

nilai T-statistics kurang dari 1,96 maka dianggap tidak signifikan (Ghozali, 2018).

Pada pengujian Variabel kemudahan, Manfaat, keamanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan atau secara bersama-sama karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ $27,151 > 2,70$ dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,050 yaitu $0,000 < 0,050$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan, Manfaat, keamanan dan kepercayaan berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap Minat nasabah Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.

Penelitian yang dilakukan oleh Ratnaningrum (2022) variabel manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat ulang menggunakan *Mobile Banking*. Penelitian ini menunjukkan seluruh variabel simultan, dan berpengaruh secara positif signifikan sesuai dengan data uji f nya.

Nilai koefisien determinasi maka nilai koefisien determinasi atau R square pada tabel diatas adalah 0,533 sehingga 53,3% variabel kemudahan, Manfaat, keamanan dan kepercayaan mampu menjelaskan variabel Minat . Sedangkan sisanya 46,7% dijelaskan oleh variabel yang tidak terdapat pada penelitian seperti teknologi informasi, risiko dan lain sebagainya.

Dapat disimpulkan kemudahan, manfaat, keamanan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* berpengaruh signifikan dan positif secara keseluruhan variabel atau

simultan, oleh karena itu penelitian ini memiliki pengaruh antara satu sama lain.



BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan kesimpulan pada penelitian ini, serta merujuk pada hasil dan pembahasan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemudahan berpengaruh terhadap Minat menggunakan *Mobile banking* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.
2. Manfaat berpengaruh terhadap Minat menggunakan *Mobile banking* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.
3. Keamanan tidak berpengaruh terhadap Minat menggunakan *Mobile banking* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.
4. Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat menggunakan *Mobile banking* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.
5. Kemudahan (X_1), Manfaat (X_2), Keamanan (X_3) dan Kepercayaan (X_4) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Minat menggunakan *Mobile banking* (Y) Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1.

5.2. Saran

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

1. Kepada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1 diharapkan kepercayaan menjadi hal yang mendasar bagi nasabah, sehingga dengan ini bank harus dapat meyakinkan nasabah dalam menggunakan produk atau jasa yang disediakan dengan cara menunjukkan keunggulan seperti kemudahan dan manfaat yang diberikan dalam menggunakan produk atau jasa dari bank serta dapat melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk memperkenalkan produk atau jasa dari bank supaya nasabah semakin berminat dalam menggunakan *mobile banking*.
2. Disarankan Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1 untuk dapat melakukan sosialisasi dalam memperkenalkan kemudahan serta manfaat yang diberikan oleh *mobile banking* dalam mempermudah transaksi.
3. Diharapkan nasabah BSI KCP Nagan Raya 1 atau masyarakat yang menggunakan *mobile banking* agar dapat memanfaatkan layanan atau fitur yang diberikan dengan sebaik-baiknya, seperti dapat menunjang usaha, dapat menjadikan sebagai alat pembayaran dan sebagainya.
4. Diharapkan kepada peneliti lainnya untuk menambah kajian baik secara lokus atau pun secara fokus. dimana jika secara

lokus tidak hanya melakukan penelitian pada satu instansi saja atau instansi yang sama melainkan melakukan sebuah perbandingan dengan instansi lainnya seperti *mobile banking* dari bank lain atau dompet digital. Kemudian jika secara fokus menambah variabel lainnya untuk kajian ilmiah berikutnya seperti pengaruh sosial, *motivasi*, layanan dan sebagainya.



DAFTAR PUSTAKA

- Al Fian, J., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(6).
- Amalia, S., Kusyanti, A., & Herlambang, A. D. (2018). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Internet Banking Dengan Menggunakan UTAUT (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology)(Studi Pada Pengguna Internet Banking BRI). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2(10), 3315-3322.
- Ahmadi, Abu. (2013). *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Andayani, N., Modding, B., & Mahmud, A. (2020). Pengaruh Persepsi, Layanan Dan Keamanan Sistem Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking*. *Tata Kelola*, 7(2), 193-200.
- Panggalih, R. G., & Baridwan, Z. (2012). MINAT INDIVIDU TERHADAP PENGGUNAAN INTERNET BANKING: PENDEKATAN MODIFIED THEORY OF PLANNED BEHAVIOR. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Bella, H. S. (2014). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan dan Computer Self Efficacy Terhadap Niatn Menggunakan E-Banking pada Mahasiswa (*Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*).
- Bhilawa, L. (2010). Analisis Penerimaan *Mobile banking* (M-Banking) dengan Pengalaman (Experience) Sebagai Variabel

Eksternal dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM).

Budi Agus Riswadi, (2015). Aspek Hukum Internet Banking. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada).

Caroline, C. C., & Hastuti, T. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori Tam. *KEUNIS*, 9(2), 160-172.

Dama, D. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih laptop acer di toko Lestari Komputer Manado. *Jurnal berkala ilmiah efisiensi*, 16(1).

Davis. (1989). Preived Usefulnes, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology. *MS Quarterly*, (Online) Vol. 13.

Dwitya Pratiwi Wulandari. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Layanan Mobile banking pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam*. Skripsi (Sumatera Utara: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).

Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance model (TAM) untuk menganalisis penerimaan terhadap sistem informasi di perpustakaanM INFORMASI PERPUSTAKAAN. *Iqra: Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, 9(1), 196942.

Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS (Edisi 7). *Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro*, 160.

- Gunawan, A. (2014). Aplikasi technology acceptance model pada minat nasabah untuk menggunakan internet banking. *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 3(2), 55-74.
- Hanifa, A. (2017). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Layanan Internet Banking Studi di Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Surakarta. *Skripsi. Surakarta: Jurusan Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Surakarta*.
- Ali, H. (2021). *PENGARUH TINGKAT KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN BRAND EQUITY TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA BANK SYARIAH DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Empiris Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG).
- Hasibuan, H. M. (2019). *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Jakarta: Bumi. Aksara
- Heriyana, H. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Dan Keamanan terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Belanja Online (Studi R pada A Mahasiswa STIE Rahmadiyah Sekayu). *Ekonomia*, 10(1), 33-39.
- Jalil, A., & Hamzah, S. A. (2020). Pengaruh Bagi Hasil Dan Kebutuhan Modal Terhadap Minat Umkm Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syariah Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(2), 178-198..

- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2019). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah: Journal Science of Economic and Shariah Banking*, 8(2), 49-57.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, & Giga Bawa dkk. (2015). Pengaruh Persepsi kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan *Mobile banking* (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 26, No 2.
- Mustafa, Z. (2013). *Mengurai Variabel hingga Instrumentasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nasution, Mislal Hayati. & Sutisna. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking*. Jurnal Nisbah. Volume 1 Nomor 1.
- Noeraini, I. A., & Sugiyono, S. (2016). Pengaruh tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan JNE Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).
- Novi, Syamsul Hadi. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*. Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan. Vol.5, No.1.

- Novitasari, Femmy. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19*. Skripsi; universitas Indonesia indonesia.
- Oktavia, Margareta & R. Gunawan Setianegara. (2020). *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile banking (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk kantor cabang Semarang Pendadaran)*. Keunis Majalah Ilmiah. Vol. 8 No 1.
- Pangestu, D. (2022). *Analisis Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile*. JURNAL MUAMALAT INDONESIA-JMI, 2(2).
- Purwati, N. A. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile banking Bank Syariah (Studi Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh)*. Banda Aceh. Skripsi UIN Arraniry.
- Hayati, N., & Purwanto, A. (2020). *Dampak Pengembangan Sdm Dan Kepribadian Terhadap Kompetensi Dan Kinerja (Studi Pada Pegawai Dinas Lingkungan Hidup, Kebersihan Dan Pertamanan A Kota R A Pasuruan)*. JIM (Jurnal Ilmu Manajemen), 6(2), 59-75.
- Ratnaningrum, Devi. (2022). *Pengaruh Manfaat, Kesesuaian, Keuntungan, Risiko, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Menggunakan Mobile banking Bank Syariah Indonesia*. Skripsi. Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.

- Rahayu, I. S. (2016). Minat Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*(Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5(2), 137-150.
- Renaldi, Wafid. (2021). *Pengaruh Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan BNI Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi*. Skripsi Universitas Islam Negeri Hidayatullah Jakarta.
- Santoso, S. (2012). *Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS Vs Lisrel Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sujarweni, V.W. (2015). *Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Yani (2018) “Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan *Technology Acceptance Model*” *Jurnal Informatika*, Vol.5 No.1
- Effendi, B. E. (2023). Kesiapan Bank Syariah dalam Menghadapi Resesi 2023. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 637-645.

LAMPIRAN
Lampiran 1 Kuesioner

KUISIONER PENELITIAN

**PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, KEAMANAN,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT NASABAH
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING*
(Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Nagan Raya 1)**

A. Identitas Responden

1. Nama : (Tidak wajib)
2. Jenis Kelamin :
 - a) Laki-laki
 - b) Perempuan
3. Usia :
 - a) 16 - 25 tahun
 - b) 26 - 35 tahun
 - c) 36 - 45 tahun
 - d) 46 - 55 tahun
 - e) >55
4. Pekerjaan :
 - a) Pelajar/Mahasiswa/i
 - b) PNS
 - c) Wiraswasta
 - d) Lainnya:.....
5. Pendidikan
 - a) SD/SMP/Sederajat
 - b) SMA/Sederajat
 - c) D3/Diploma
 - d) S1
 - e) S2/S3
 - f) Lainnya:.....

6. Apakah Anda Nasabah BSI KCP Nagan Raya 1
 - a) Ya
 - b) Tidak
7. Sudah Berapa Lama Menjadi Nasabah BSI KCP Nagan Raya 1
 - a) < 1 Tahun
 - b) >1 Tahun
8. Apakah anda menggunakan BSI Mobile
 - a) Ya
 - b) Tidak
9. Sudah berapa lama anda menggunakan BSI mobile
 - a) < 1 Tahun
 - b) > 1 Tahun

B. Petunjuk Pengisian Kuisioner

1. Mohon kuisioner ini diisi oleh Bapak/Ibu/Sdr/I untuk menjawab seluruh pernyataan yang disediakan
2. Pada tipe pilihan, Bapak/Ibu/Sdr/I dipersilahkan untuk memberi tanda (✓) pada kolom jawaban yang anda anggap paling tepat sesuai keterangan sebagai berikut:

SS= Sangat Setuju

S= Setuju

KS= Kurang Setuju

TS= Tidak Setuju

STS= Sangat Tidak Setuju

3. Dimohon untuk tidak mengosongkan jawaban, karena pernyataan yang dibuat telah benar adanya

Kemudahan (X₁)

No	Indikator	Pertanyaan	Kriteria jawaban				
			SS	S	KS	TS	STS
1	<i>Easy to Learn</i>	Saya dapat mempelajari layanan <i>mobile banking</i> dengan mudah.					
2	<i>Easy to understand</i>	Saya merasa layanan <i>mobile banking</i> mudah digunakan oleh penggunanya.					
3	<i>Effortless</i>	Saya merasa tidak perlu keterampilan khusus saat menggunakan <i>mobile banking</i> .					
4	<i>Easy to use</i>	Saya merasa fitur/menu dalam layanan <i>mobile banking</i> jelas dan mudah dioperasikan.					

Manfaat (X₂)

No	Indikator	Pertanyaan	Kriteria jawaban				
			SS	S	KS	TS	STS
1	<i>Easler</i>	Saya dapat melakukan transaksi perbankan dengan mudah saat menggunakan layanan <i>mobile banking</i>					
2.	<i>Work more Quikly</i>	Saya merasa saat menggunakan <i>mobile banking</i> dapat mempercepat waktu dalam bertansaksi					
3.	<i>Peformance</i>	Saya merasakan sistem layanan <i>mobile banking</i>					

		bermanfaat dalam meningkatkan kinerja					
4.	<i>Useful</i>	Saya merasa aplikasi <i>mobile banking</i> sangat berguna untuk transaksi keuangan					
5.	<i>Effectiveness</i>	Saya merasa dengan adanya <i>mobile banking</i> bisa menciptakan inovasi baru dalam industri keuangan					

Keamanan (X_3)

No	Indikator	Pertanyaan	Kriteria jawaban				
			SS	S	KS	TS	STS
1	Jaminan Keamanan	Layanan <i>mobile banking</i> BSI dijamin keamanannya					
		Keamanan aplikasi <i>mobile banking</i> sesuai dengan harapan					
		Layanan aplikasi <i>mobile banking</i> aman dan nyaman saat bertransaksi					
2	Kerahasiaan Data	proses transaksi melalui <i>mobile banking</i> sangat terlindungi					
		layanan aplikasi <i>mobile banking</i> menjamin data dan identitas pribadi terjaga dengan baik					

Kepercayaan (X₄)

No	Indikator	Pertanyaan	Kriteria jawaban				
			SS	S	KS	TS	STS
1	<i>Ability</i>	Saya merasa layanan dalam <i>mobile banking</i> selalu akurat.					
2	<i>Integrity</i>	<i>Mobile banking</i> berkerja tanpa adanya gangguan.					
3	<i>Benevolence</i>	Bank selalu memberi solusi yang tepat saat terjadi masalah dalam menggunakan <i>mobile banking</i>					

Minat (Y)

No	Indikator	Pertanyaan	Kriteria jawaban				
			SS	S	KS	TS	STS
1	Minat transaksional	Saya tertarik untuk menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena dapat memudahkan transaksi perbankan.					
2	Minat refrensial	Saya akan mereferensikan <i>mobile banking</i> kepada orang lain					
3	Minat preferensial	Saya akan selalu menggunakan <i>mobile banking</i> BSI dari pada bank lain					
4.	Minat eksploratif	Saya tertarik untuk lebih tahu mengenai informasi dalam menggunakan <i>mobile banking</i>					

Lampiran 2 Tabulasi Data

1. Variabel Kemudahan (X_1) dan Manfaat (X_2)

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

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

82	5	5	5	5	20	3	3	5	3	5	19
83	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
84	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25
85	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
86	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
87	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25
88	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	19
89	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
90	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
92	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
93	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
94	5	3	5	3	16	5	5	5	5	5	25
95	5	4	4	4	17	5	3	5	3	4	20
96	5	4	4	4	17	5	4	4	4	4	21
97	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
98	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
99	5	5	5	5	20	3	3	3	3	3	15
100	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20

2. Variabel Keamanan (X_3) dan Kepercayaan (X_4)

No	X3.1	X3.2	X1.3	X3.4	X3.5	X3	X4.1	X4.2	X4.3	X4
1	3	4	4	4	3	18	4	5	2	11
2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
3	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
5	4	5	4	4	4	21	4	4	4	12
6	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
7	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
8	5	5	5	5	5	24	4	3	4	11
9	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
10	5	5	5	4	5	24	4	3	3	10
11	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
12	5	4	4	5	5	23	5	3	4	12
13	2	2	2	2	2	10	2	2	2	6
14	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
16	5	5	4	5	5	24	4	3	3	10
17	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
18	4	4	4	5	4	21	4	4	4	12
19	4	4	4	3	4	19	3	3	5	11
20	3	3	3	3	3	15	2	2	2	6

21	2	2	2	2	2	10	2	2	2	6
22	5	5	5	5	5	25	5	5	4	14
23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
24	3	3	3	3	3	15	4	4	4	12
25	4	5	5	4	5	23	5	4	5	14
26	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
27	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
28	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
29	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
30	4	4	5	4	4	21	4	4	4	12
31	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
32	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
33	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
34	5	5	5	5	5	25	4	5	5	14
35	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
36	5	5	4	5	5	24	4	3	4	11
37	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
38	5	5	5	4	4	23	3	5	4	12
39	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
40	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
41	5	5	5	5	5	25	4	5	5	14
42	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
43	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
44	5	5	5	5	5	25	4	3	5	12
45	4	4	4	4	3	19	4	4	4	12
46	4	4	4	4	4	20	3	2	4	9
47	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
48	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
49	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
50	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
51	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
52	5	3	5	3	4	20	5	4	4	13
53	5	4	4	4	4	21	4	4	4	12
54	5	4	4	4	4	21	4	4	4	12
55	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
56	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
57	5	5	5	5	5	25	5	3	4	12
58	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
59	5	5	5	5	4	24	4	4	3	11
60	5	5	4	5	5	24	5	5	5	15
61	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
62	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
63	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12

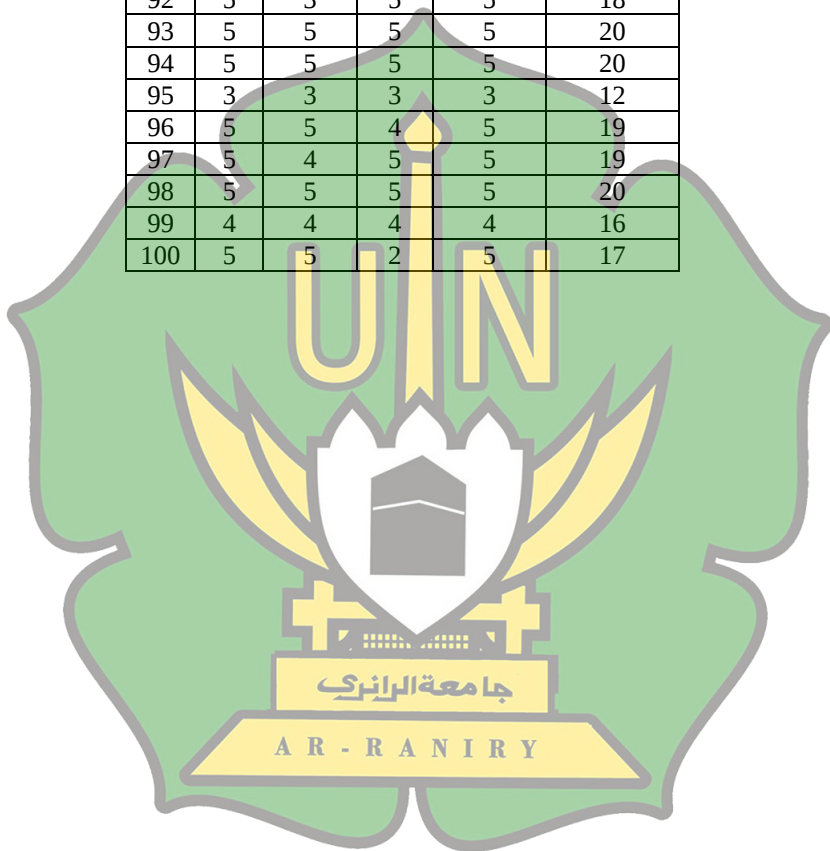
64	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
65	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
66	5	5	5	5	5	25	5	3	5	13
67	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
68	5	4	3	5	3	20	2	3	5	10
69	5	5	5	5	3	23	5	5	4	14
70	2	2	2	2	2	10	3	3	3	9
71	5	5	5	5	5	25	3	5	3	11
72	4	4	4	4	4	20	3	3	3	9
73	5	4	4	5	5	23	3	3	5	11
74	5	4	3	5	5	22	5	5	5	15
75	5	5	3	5	5	23	3	2	3	8
76	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
77	5	5	5	5	3	23	5	5	4	14
78	5	5	5	5	2	22	5	4	5	14
79	3	3	2	5	4	17	5	5	5	15
80	3	3	5	5	2	18	5	5	5	15
81	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
82	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
83	3	3	3	5	5	19	4	4	4	12
84	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
85	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
86	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
87	3	3	3	3	3	15	4	5	5	14
88	4	4	4	4	4	20	5	5	5	15
89	4	4	4	4	4	20	4	5	4	13
90	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
91	3	4	4	4	4	19	4	5	4	13
92	4	4	3	4	4	19	3	3	3	9
93	3	3	3	3	3	15	4	4	4	12
94	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
95	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
96	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
97	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
98	5	5	5	5	5	25	5	4	4	13
99	3	4	5	4	5	21	2	2	2	6
100	4	4	4	4	4	20	5	5	5	15

3. Variabel Keamanan (X3) dan Kepercayaan (X4)

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y
1	4	3	2	3	12
2	5	5	5	5	20
3	5	5	5	5	20
4	4	4	4	4	16
5	4	4	5	4	17
6	4	4	4	4	16
7	4	4	4	4	16
8	5	4	4	5	18
9	5	5	5	5	20
10	5	5	5	4	19
11	5	5	5	5	20
12	4	4	4	4	16
13	4	4	4	4	16
14	5	5	5	5	20
15	3	4	4	4	15
16	5	4	4	4	17
17	5	5	5	5	20
18	4	5	4	4	17
19	5	4	4	5	18
20	3	3	3	3	12
21	3	3	3	3	12
22	5	5	4	5	19
23	4	4	4	4	16
24	4	4	4	4	16
25	4	5	4	5	18
26	4	4	4	4	16
27	4	4	4	4	16
28	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	16
30	4	4	3	4	15
31	3	3	3	3	12
32	5	5	4	4	18
33	4	4	4	5	17
34	5	5	5	5	20
35	5	5	5	5	20
36	5	4	5	4	18
37	5	5	5	5	20
38	4	4	3	4	15
39	5	5	5	5	20
40	4	4	4	4	16
41	4	4	5	5	18

42	4	4	4	4	16
43	5	5	5	5	20
44	5	4	4	4	17
45	4	4	4	4	16
46	4	4	3	4	15
47	5	5	5	5	20
48	5	5	5	5	20
49	5	5	5	5	20
50	5	5	5	5	20
51	5	5	5	5	20
52	5	4	5	5	19
53	4	4	4	4	16
54	4	4	4	4	16
55	5	5	5	5	20
56	5	4	4	4	17
57	4	4	4	5	17
58	5	5	5	5	20
59	4	3	3	4	14
60	5	5	5	5	20
61	4	4	4	4	16
62	5	5	5	5	20
63	4	4	4	4	16
64	5	5	5	5	20
65	4	4	4	4	16
66	5	5	5	5	20
67	4	4	4	4	16
68	5	5	5	5	20
69	5	3	3	2	13
70	3	3	3	3	12
71	5	5	2	5	17
72	3	3	3	3	12
73	4	4	5	5	18
74	5	5	5	5	20
75	3	2	5	3	13
76	4	4	4	4	16
77	5	5	5	5	20
78	3	2	3	5	13
79	5	3	5	5	18
80	5	5	5	4	19
81	5	5	5	5	20
82	5	5	5	5	20
83	5	5	5	5	20
84	5	5	4	5	19

85	5	5	5	5	20
86	4	4	4	4	16
87	5	5	5	5	20
88	4	4	4	4	16
89	5	5	5	5	20
90	4	4	4	4	16
91	5	5	5	5	20
92	5	3	5	5	18
93	5	5	5	5	20
94	5	5	5	5	20
95	3	3	3	3	12
96	5	5	4	5	19
97	5	4	5	5	19
98	5	5	5	5	20
99	4	4	4	4	16
100	5	5	2	5	17



Lampiran 3 Hasil Olah Data

1. Uji Validitas a. Kemudahan (X1)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Kemudahan_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.510**	.429**	.512**	.783**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.510**	1	.652**	.606**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.429**	.652**	1	.469**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.512**	.606**	.469**	1	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Kemudahan_X1	Pearson Correlation	.783**	.846**	.784**	.803**	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. Manfaat (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Manfaat_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.695**	.610**	.740**	.704**	.846**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.695**	1	.750**	.864**	.737**	.911**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

X2.3	Pearson Correlation	.610**	.750**	1	.732**	.729**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.740**	.864**	.732**	1	.815**	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.704**	.737**	.729**	.815**	1	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Manfaat_X2	Pearson Correlation	.846**	.911**	.862**	.932**	.894**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

c. Keamanan (X3)

		Correlations					Keamanan_X3
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
X3.1	Pearson Correlation	1	.883*	.756*	.800*	.718*	.927**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.883*	1	.831*	.818*	.743*	.953**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.756*	.831*	1	.675*	.607*	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.800*	.818*	.675*	1	.702*	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.718*	.743*	.607*	.702*	1	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Keamanan_X3	Pearson Correlation	.927*	.953*	.864*	.889*	.846*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

d. Kepercayaan (X4)

		Correlations			
		X4.1	X4.2	X4.3	Kepercayaan_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.738**	.715**	.912**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.738**	1	.645**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.715**	.645**	1	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Kepercayaan_X4	Pearson Correlation	.912**	.895**	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

e. Minat (Y)

		Correlations				
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Minat_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.753**	.590**	.699**	.875**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.753**	1	.558**	.701**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.590**	.558**	1	.619**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.699**	.701**	.619**	1	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Minat_Y	Pearson Correlation	.875**	.875**	.817**	.873**	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. Kemudahan (X1)

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

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

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

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

b. Manfaat (X2)

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

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

Reliability Statistics		
Cronbach's		
Alpha	N of Items	
.933	5	

c. Keamanan (X3)

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

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

Reliability Statistics		
Cronbach's		
Alpha	N of Items	
.937	5	

d. Kepercayaan (X4)

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

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

e. Minat (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.873	3

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

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.879	4

a. Kolmogorov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.68825439
Most Extreme Differences	Absolute	.146
	Positive	.066
	Negative	-.146
Test Statistic		.146
Asymp. Sig. (2-tailed)		.060 ^c

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

3. Uji Multikolinieritas, Uji Regresi Linear Berganda dan Uji Parsial

Model	Coefficients ^a		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.165		1.291	.200		
Kemudahan_X1	.271	.225	2.715	.008	.717	1.394
Manfaat_X2	.195	.269	2.994	.004	.607	1.648
Keamanan_X3	.031	.045	.504	.615	.610	1.641
Kepercayaan_X4	.442	.400	4.385	.000	.591	1.693

a. Dependent Variable: Minat_Y

4. Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	322.580	4	80.645	27.151	.000 ^b
	Residual	282.170	95	2.970		
	Total	604.750	99			

a. Dependent Variable: Minat_Y

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan_X4, Kemudahan_X1, Keamanan_X3, Manfaat_X2

5. Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.533	.514	1.723

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan_X4, Kemudahan_X1, Keamanan_X3, Manfaat_X2

b. Dependent Variable: Minat_Y



Lampiran 4

Foto Dokumentasi



Pembagian kuesioner dengan Nasabah Bank BSI KCP Nagan
Raya1

