

**SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
PEGAWAI NEGERI SIPIL (PNS) PADA PENGGUNAAN  
ACTION *MOBILE BANKING*  
(Studi Pada Kantor Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh)**



**Disusun Oleh:**

**SITI ELVIRA AISYHA  
NIM. 190603097**

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

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Siti Elvira Aisyha

NIM : 190603097

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : 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. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 24 November 2023

Yang Menyatakan



(Siti Elvira Aisyha)

**PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pegawai Negeri Sipil (PNS)  
Pada Penggunaan Action Mobile Banking  
(Studi Pada Kantor Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh)**

Disusun Oleh:

Siti Elvira Aisyha  
NIM: 190603097


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

Pembimbing I,



Dr. Fitriady, Lc., M.A.  
NIP. 198008122006041004

Pembimbing II,



Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.  
NIP. 198310282015031001

Mengetahui,  
Ketua Prodi,



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





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

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

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

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Siti Elvira Aisyha  
NIM : 190603097  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
E-mail : [aisyaelvira@gmail.com](mailto:aisyaelvira@gmail.com)

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 ..... (tulis jenis karya

ilmiah) yang berjudul (tulis judul karya ilmiah yang lengkap):

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. جامعة الرانيري

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 : 7 Juni 2023

Mengetahui,

Penulis

Siti Elvira Aisyha  
NIM: 190603097

Pembimbing I

Dr. Ithridy, Lc., M.A.  
NIP. 198008122006041004

Pembimbing II

Ismail, Rasyid Ridla Tarigan, M.A.  
NIP: 198310282015031001

## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pegawai Negeri Sipil (PNS) Pada Penggunaan Action Mobile Banking” (Studi Pada Kantor Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh)**. Tidak lupa pula, shalawat beserta salam penulis limpahkan kepada pangkuan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam kebodohan ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan, seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini merupakan kewajiban yang harus penulis selesaikan dalam rangka melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag dan Inayatillah, M.A.Ek selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah.

3. Hafizh Maulana, SP., S.H.I., M.E selaku ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Fithriady, Lc., M.A. dan Ismail Rasyid Ridla Tarigan, MA selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan-masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ismail Rasyid Ridla Tarigan, MA selaku dosen Penasehat akademik yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Perbankan Syariah.
6. Kepada pihak Dinas Keehatan Kota Banda Aceh yang telah mendukung, membantu saya, dan bersama saya dari awal pembuatan skripsi hingga akhir penelitian saya.
7. Teristimewa kepada kedua Orangtua saya tercinta bapak Edi Gunawan dan ibu Rahmawati dan juga kepada abang Muhammad Zikra, bunda Lismawati, serta kepada Mami dan Syikmi yang selalu memberikan cinta dan kasih sayang, semangat dan motivasi serta doa yang tiada hentinya.
8. Kepada sahabat-sahabat saya Irzatul Fira, Rifanabila, Cut Jihan Fathira, Assyifa Fadma Syouqa, Azira Shavina yang telah mendukung dan menyemangati selama pengerjaan skripsi saya, juga kepada teman SMA saya dan istimewa kepada

Ikram Julian Putra yang selalu mendukung penuh hingga detik ini, serta kepada Keluarga besar Perbankan Syariah 19.

9. Kepada seluruh pihak terkait yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan demi kelancaran penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Penulis berharap semua yang dilakukan menjadi amal ibadah dan dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca sebagai motivasi bagi penulis. Semoga kita selalu mendapat ridha dari Allah SWT. Amin Ya Rabbal'alamin.

Banda Aceh, 24 November 2023

Penulis,

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

Siti Elvira Aisyha



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

**1. Konsonan**

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ظ	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ḍ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ع	'
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</i> dan ya	Ai
◌َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

### 3. *Maddah*

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

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

Contoh:

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

### 4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

- a. *Ta marbutah* (ة) hidup

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

- b. *Ta marbutah* (ة) mati

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

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir 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:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/  
alMadīnatul Munawwarah*

طَلْحَةَ : *Ṭalḥah*

**Catatan:**

**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.

Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

## ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Siti Elvira Aisyah  
NIM : 190603072  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul : Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Layanan Action (Aceh Transaksi Online) Pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh  
Pembimbing I : Dr. Fithriady, Lc., M.A.  
Pembimbing II : Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.

Teknologi berkembang sangat pesat dan semakin modern, perusahaan juga banyak mengembangkan kinerjanya, seperti dalam sektor informasi dan sektor inilah yang membuat perbankan menjadi teradopsi, salah satunya layanan dalam jasa perbankan yang menggunakan *smartphone* yaitu *Mobile Banking*. Salah satu contoh *mobile banking* yaitu *Action Mobile Banking*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor pengetahuan, produk, dan layanan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *Action mobile banking* pada PNS di Dinas kesehatan Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Populasinya adalah seluruh PNS di Dinas Kesehatan yang berjumlah 116 pegawai dengan 58 sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Teknik pengumpulan data kuesioner dengan menyebarkan selebaran angket. Pengolahan data menggunakan SPSS Versi 26. Berdasarkan hasil pengujian parsial diketahui bahwa variabel pengetahuan, produk, dan layanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking action*. Sedangkan pengujian simultan menunjukkan hasil bahwa variabel pengetahuan, produk, dan layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking action*.

**Kata Kunci:** Minat Nasabah, Faktor Pengetahuan, Faktor Produk, Faktor Layanan, *Action Mobile Banking*

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>Error! Bookma</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Pembahasan.....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>15</b>
2.1 Minat.....	15
2.1.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat .....	16
2.1.2 Indikator Minat .....	19
2.2 Faktor Produk .....	22
2.2.1 Definisi Faktor Produk.....	22
2.2.2 Indikator faktor produk .....	22
2.3 Faktor Layanan .....	24
2.3.1 Definisi faktor layanan.....	24
2.3.2 Indikator faktor layanan.....	24
2.4 Faktor pengetahuan.....	25
2.4.1 Definisi faktor pengetahuan .....	25
2.4.2 Indikator pengetahuan.....	26
2.5 Mobile banking.....	29

2.5.1 Pengertian Mobile Banking .....	29
2.5.2 Kelebihan dan Kekurangan pada Layanan <i>Mobile Banking</i> .....	31
2.6 Penelitian Terkait.....	32
2.7 Kerangka Pemikiran .....	39
2.8 Hipotesis .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1 Jenis dan Metode Penelitian .....	42
3.2 Lokasi Penelitian .....	42
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	43
3.4 Populasi dan Sampel.....	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	47
3.6.1 Variabel Penelitian.....	47
3.6.2 Definisi Operasional .....	48
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	49
3.7.1 Uji Validitas .....	49
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	50
3.8 Uji Asumsi Klasik .....	51
3.8.1 Uji Normalitas.....	51
3.8.2 Uji Multikolinieritas .....	52
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas .....	52
3.9 Uji Regresi Linier Berganda.....	52
3.10 Uji Hipotesis .....	53
3.10.1 Uji Parsial (Uji $t$ ).....	53
3.10.2 Uji Simultan (Uji $F$ ).....	54
3.10.3 Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1 Gambaran umum objek penelitian.....	57
4.1.1 Gambaran Singkat Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh	57
4.1.2 Gambaran Umum Bank Aceh Syariah.....	59
4.1.3 Aplikasi <i>Action Mobile Banking</i> .....	64
4.1.4 Fitur-Fitur dalam Aplikasi <i>Action Mobile Banking</i> ...	66
4.2 Hasil Analisis Deskriptif .....	68
4.2.1 Deskriptif Responden .....	68
4.3 Statistik Deskriptif Variabel .....	69

4.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	70
4.4.1 Uji Validitas .....	70
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	72
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	72
4.5.1 Uji Normalitas.....	72
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas .....	73
4.5.3 Uji Multikolinieritas .....	74
4.5.4 Uji Regresi Linear Berganda .....	75
4.6 Pengujian Hipotesis .....	76
4.6.1 Uji T ( Parsial) .....	76
4.6.2 Uji F (Simultan).....	77
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	78
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
4.7.1 Pengaruh Faktor Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking.....	79
4.7.2 Pengaruh Faktor Produk Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking .....	80
4.7.3 Pengaruh Faktor Layanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking .....	82
4.7.4 Pengaruh Faktor Pengetahuan, Produk, dan Layanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking .....	84
<b>BAB V .....</b>	<b>86</b>
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>94</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Kerangka Pemikiran .....	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dinas Kesehatan Banda Aceh	59
Gambar 4.2 Milestone Bank Aceh .....	63
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot).....	74



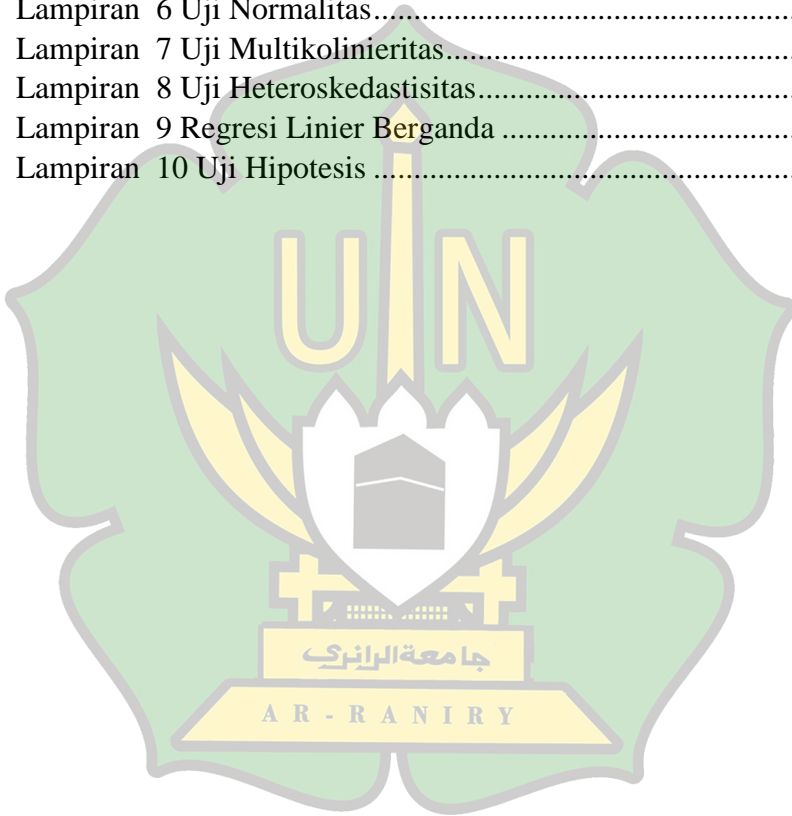
## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Pengguna Action.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert.....	47
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian.....	48
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai R.....	56
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Karakteristik PNS Dinas Kesehatan yang Menggunakan Mobile Banking Action.....	68
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Variabel.....	69
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Faktor Pengetahuan (X1) .....	70
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Faktor Produk (X2) .....	70
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Faktor Layanan (X3) .....	71
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Minat Penggunaan (Y) .....	71
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	72
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas .....	73
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas .....	74
Tabel 4.10 Uji Regresi Linier Sederhana .....	75
Tabel 4.11 Hasil Uji t (Uji Parsial) .....	76
Tabel 4.12 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	77
Tabel 4.13 Hasil Uji Determinasi.....	78



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian.....	94
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	98
Lampiran 3 Statistik Deskriptif Variabel.....	104
Lampiran 4 Uji Validitas .....	104
Lampiran 5 Uji Reliabilitas .....	106
Lampiran 6 Uji Normalitas.....	107
Lampiran 7 Uji Multikolinieritas.....	107
Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas.....	108
Lampiran 9 Regresi Linier Berganda .....	108
Lampiran 10 Uji Hipotesis .....	109



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi semakin canggih dan diminati oleh masyarakat luas. Teknologi dengan menggunakan media perangkat seluler serta internet, semakin canggih fitur-fiturnya telah ditawarkan oleh para pembuat media komunikasi tersebut. Pemanfaatan teknologi informasi ini menjadi suatu kebutuhan untuk mendukung perkembangan bisnis di sektor perbankan. Saat ini layanan perbankan sudah merupakan kebutuhan masyarakat, transaksi perbankan merupakan suatu 'keharusan'. Untuk memudahkan transaksi perbankan, ditawarkan suatu produk yang berfungsi mendukung berbagai kegiatan nasabah perbankan yaitu *Mobile banking*. Nasabah maupun bank sama-sama mendapatkan keuntungan dengan adanya *mobile banking*.

Perkembangan produk dan layanan bank untuk memudahkan nasabah dan masyarakat tidak pernah mengecewakan, Layanan perbankan terus memberikan pembaharuan dan peningkatan kualitas fitur produk bank dan layanan bank sesuai kebutuhan nasabah dan masyarakat dalam memanfaatkan transaksi dan layanan perbankan. Meningkatnya pelayanan kepada nasabah dalam memberikan layanan yang berkualitas dan tulus kepada nasabah merupakan prioritas utama dari bank. Peran teknologi di dunia perbankan dinilai mutlak karena sebuah sistem pada

perbankan perlu didukung oleh perkembangan teknologi dan informasi. Telekomunikasi dan internet menyebabkan munculnya beberapa aplikasi berbasis teknologi yang dapat digunakan dalam berbisnis (Nursiah dkk, 2022).

Di Indonesia mobile banking bukanlah hal yang asing lagi, karena telah menjadi bagian dari inovasi perbankan dalam mengikuti persaingan bisnis global. Oleh karena itu, institusi-institusi perbankan berusaha memberikan kepuasan pelayanan kepada para nasabahnya dengan memberikan fasilitas perbankan, berupa layanan mobile banking untuk melakukan transaksi atau bisnis. Penggunaan jaringan seluler untuk kepentingan transaksi komersial (mobile commerce) dinilai cukup aman, karena identitas pengguna lebih jelas, satu nomor ponsel hanya digunakan oleh satu orang. Maka mobile banking terlihat lebih sukses perkembangannya di Indonesia.

Saat ini dalam dunia perbankan diramaikan dengan adanya fitur dari layanan perbankan yang menggunakan jaringan internet sehingga memberikan kemudahan dalam bertransaksi secara *mobile*. Hal tersebut sangat membantu para nasabah dan bank sehingga mulai menolak menjalankan suatu prosedur yang hanya menghabiskan waktu dan tanpa terasa telah mengikis pendapatan seseorang, hal ini yang membuat para nasabah mulai beralih ke kebiasaan yang mereka lakukan selama ini. Sebelumnya para nasabah biasanya sudah terbiasa dan cukup puas dengan adanya transaksi Anjungan Tunai Mandiri atau ATM namun seiring

berjalannya waktu kepuasan tersebut semakin menghilang karena bertransaksi dengan menggunakan ATM tidak jauh beda dengan datang langsung ke bank dan bahkan harus mengantri untuk menunggu gilirannya (Nurdin dkk, 2020).

Kelebihan lain dari adanya fitur *Action Mobile Banking* yaitu bank maupun nasabah sama-sama mendapatkan keuntungan, sehingga bank mampu menghemat waktu operasionalnya dan nasabah merasa pihak bank tidak membuang waktu dan tenaga hanya untuk antri di *Teller* dan *Costumer Service*. Dengan adanya *Mobile Banking* dan *SMS Banking* nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja mereka berada, kapanpun, dan kemanapun mereka pergi sehingga lebih terjaga kerahasiannya. Layanan transaksi perbankan ini tidak harus dilakukan di bank tetapi bisa dari rumah, tempat usaha, atau lokasi-lokasi lain dengan menggunakan alat komunikasi seperti *handphone*, komputer yang terhubung dengan jaringan internet karena layanan ini dapat menghubungkan bank dengan nasabahnya dari jarak jauh (Fitria dkk,2021).

Munculnya *Mobile Banking* itu sendiri tidak hanya berhubungan dengan bank saja, tetapi juga bekerja sama dengan operator seluler, sehingga dapat dilihat bahwa keberadaan *Mobile Banking* memberikan keuntungan kepada semua kalangan seperti bank, operator seluler dan nasabah bank pengguna *Mobile Banking* lainnya. Layanan *Mobile Banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi yang

dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. *Mobile Banking* menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan *SMS Banking* karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS Banking (Dwitya, 2018).

Adapun perkembangan perbankan syariah di Indonesia saat ini salah satunya ditandai dengan peningkatan jumlah kantor cabang dan jenis serta pengembangan asetnya. Dimana kini bank syariah sudah tersebar di Indonesia salah satunya di Aceh, Aceh sendiri telah memiliki bank daerah yaitu Bank Aceh Syariah yang telah sepenuhnya menjadi syariah dari tahun 2016. Hal ini juga telah menjadi salah satu titik perkembangan pertumbuhan perekonomian syariah dan pembangunan daerah yang lebih optimal di Aceh.

Bank Aceh salah satu bank daerah yang baru meluncurkan aplikasi Action sebagai sarana baru bagi nasabah Bank Aceh khususnya, hal ini merupakan terobosan baru bagi Bank Aceh sendiri walaupun kehadiran Action salah satu aplikasi Mobile Banking yang sudah ada pada bank-bank Lainnya. *Mobile Banking* pada Bank Aceh Action (*Aceh Transaction Online*) dapat memberikan kemudahan bertransaksi kapanpun dan dimanapun. Aplikasi Action Mobile adalah layanan *Mobile Banking* yang dapat di digunakan oleh nasabah melalui *smartphone* untuk bertransaksi dengan menggunakan media jaringan internet atau paket data, untuk melakukan registrasi Action *Mobile Banking* dapat di

diunduh di *play store* . Mengimput data perbankan sesuai data yang ada pada sistem bank tanpa harus datang ke kantor Bank Aceh Syariah. Registrasi merupakan proses verifikasi terhadap nomor *handphone*, nomor kartu ATM, dan PIN ATM sesuai dengan data nasabah yang terdaftar di sistem Bank Aceh Syariah, aplikasi verifikasi nasabah telah berhasil dan kode OTP akan dikirimkan ke *handphone* nasabah selanjutnya nasabah membuat *username* dan *password* sebagai pengenalan untuk masuk ke dalam Aplikasi Action. lalu membuat MPIN atau *Mobile Banking* PIN sebagai otorisasi pada saat nasabah melakukan transaksi di Action, MPIN tidak boleh diketahui oleh orang lain termasuk pihak Bank Aceh Syariah.

Layanan Action diterima baik oleh masyarakat kota Banda aceh, dapat dilihat dari transaksi layanan Action yang terus mengalami peningkatan sejak kehadirannya. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah sangat menyenangi transaksi secara non tunai melalui Action yang dapat digunakan secara efektif dan efisien.

Berikut data dari jumlah nasabah Bank Aceh Syariah dalam menggunakan action, yaitu:

**Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Pengguna Action**

Tahun	Jumlah Nasabah
2020	5.829
2021	94.032
2022	201.351
2023	253.547

*Sumber: Bank Aceh Kantor Pusat (2023)*

Berdasarkan tabel tersebut, nasabah Bank Aceh Syariah cukup loyal dalam menggunakan fasilitas yang disediakan oleh Bank Aceh Syariah terutama dalam penggunaan fasilitas layanan



Action, karena kehadiran fasilitas layanan Action sangat membantu nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa harus ke bank dan dapat dilakukan dirumah. Jadi, semua kegiatan dan keperluan finansial dapat dilakukan secara *online* atau *virtual*.

Banyaknya pengguna Aceh layanan transaksi online (Action) tersebut dapat menimbulkan persepsi (Literasi) yang berbeda di kalangan pelaku ekonomi di wilayah Kota Banda Aceh. Hal ini sama dengan pengungkapan seorang Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada kantor Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh "tidak semua pegawai juga menggunakan aplikasi Action tersebut dikarenakan keterbatasan jaringan dan tingkat pengetahuan yang berbeda-beda"(Shinta).

Sebagai kota yang menjadi pusat Pemerintahan Aceh, tentunya profesi pegawai negeri sipil (PNS) menjadi dominasi profesi terbanyak. Jika penulis melihat, umumnya yang paling banyak melakukan transaksi di bank syariah maupun konvensional adalah PNS, mereka ada yang untuk menabung dan juga untuk melakukan pembiayaan. Untuk penggunaan bank syariah ini, biasanya para PNS memang sudah tersistem untuk menerima gaji dari Bank Aceh Syariah. Sehingga dapat diasumsikan bahwa para PNS telah pernah bertransaksi dengan menggunakan produk pada bank syariah.

Salah satu PT. Bank Aceh Syariah Kota Banda Aceh juga mengajak nasabah untuk menggunakan aplikasi Action Mobile Banking, akan tetapi masih banyak juga yang tidak memiliki

aplikasi tersebut, hal ini dapat dilihat ketika peneliti melakukan wawancara dengan beberapa , yang mana Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada Kantor Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh masih ragu untuk menggunakan aplikasi tersebut karena ada beberapa juga yang kurang paham cara menggunakan aplikasi Action tersebut, dan juga ada beberapa nasabah yang masih kurang percaya terhadap minat pengguna aplikasi tersebut.

Sebagai bagian dari industri perbankan syariah, Bank Aceh Syariah harus terus berupaya meningkatkan kualitas pengetahuan, layanan dan produk ACTION, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank. Dengan demikian jika kualitas *mobile banking* semakin ditingkatkan, maka kepuasan nasabah akan semakin banyak atau besar.

Menurut Slameto (2010), kesiapan dapat diartikan sebagai keseluruhan kondisi seseorang yang membuat dirinya siap untuk memberikan respon dalam cara tertentu terhadap suatu situasi dan kondisi yang dihadapi. Adapun yang dimaksud dengan kesiapan dalam penelitian ini adalah bagaimana kondisi respon yang diberikan nasabah terhadap penggunaan Action *Mobile Banking*, yang diukur melalui indikator pengetahuan, faktor produk, dan layanan. Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui berdasarkan segala sesuatu yang dilihat, dikenal, dimengerti terhadap suatu objek tertentu yang ditangkap melalui pancaindera (Mubarak, 2011).

Adapun faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah menurut Rustanti (2015: 34) yaitu kualitas layanan, kualitas produk, harga produk, sikap terhadap produk, biaya dan kemudahan mendapatkan produk. Kualitas layanan (*service quality*) sendiri merupakan perbandingan layanan antara kenyataan dan harapan nasabah, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu dan nasabah akan kecewa atau tidak puas (Rianto, 2010: 213). Dalam hal ini, salah satu upaya yang dilakukan oleh Bank Aceh Syariah dalam rangka mengoptimalkan pelayanan yaitu dengan menyediakan fasilitas layanan dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam proses transaksinya, seperti: *Automatic Teller Machine* (ATM), *SMS banking*, *dabt card* dan lain-lain ([www.bankaceh.co.id](http://www.bankaceh.co.id)).

Selain kualitas layanan kepuasan nasabah juga dipengaruhi oleh kualitas produk, produk dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan yang dibutuhkan oleh nasabah dan mampu bersaing dengan produk sejenis yang diproduksi oleh kompetitor (Arianto, 2017: 112). Nasabah akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Apabila produk yang diharapkan nasabah tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, dapat dipastikan nasabah tidak akan merasa puas. Sebaliknya, apabila produk sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan nasabah, maka nasabah akan merasa puas. Ketika suatu produk itu

Memiliki kualitas yang baik tentunya akan menarik minat ataupun akan memberikan rasa puas itu sendiri bagi nasabah untuk terus bertransaksi pada Bank Aceh Syariah.

Faktor-faktor yang berkontribusi pada penggunaan layanan Mobile Banking terkait dengan kenyamanan, akses ke layanan terlepas dari waktu dan tempat, privasi dan penghematan waktu. Namun, faktanya bahwa adopsi teknologi baru tidak tumbuh pada kecepatan yang sama dengan pengenalan yang sama. Konsumen menahan diri untuk tidak menggunakan layanan yang berteknologi canggih ini, sebagian karena kurangnya kesadaran dan sebagian karena masalah keamanan, fungsi perangkat (Bhatt, 2016).

Pemilihan Instansi Kantor Kedinasan Kota Banda Aceh ini dengan alasan pada hasil observasi penelitian terlebih dahulu, terdapat adanya minat pengaruh positif terhadap kantor lainnya seperti kantor kementerian agama dan kantor dinas lainnya. Sehingga peneliti melakukan observasi awal pada Kantor Dinas Kota Banda Aceh yang merupakan nasabah Bank Aceh Syariah masih belum berminat terhadap penggunaan Aplikasi Mobile Banking. Sehingga dengan hal ini dapat melatar belakangi peneliti untuk mengkaji faktor apa saja yang menjadi minat Pegawai Negeri Sipil terhadap penggunaan Aplikasi Action Mobile Banking. Dan juga menjadi lokasi yang strategis sehingga memudahkan untuk diteliti. Harusnya orang dalam instansi sudah tersosialisasi dengan baik terhadap Bank Aceh Syariah khususnya pada produk layanan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pegawai Negeri Sipil Pada Penggunaan Action Mobile Banking (Studi Pada Kantor Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh)**".

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang didapat adalah:

1. Bagaimana pengaruh faktor pengetahuan, terhadap minat Pegawai Negeri Sipil (PNS) dalam menggunakan Action *Mobile Banking* ?
2. Bagaimana pengaruh faktor produk, terhadap minat Pegawai Negeri Sipil (PNS) dalam menggunakan Action *Mobile Banking* ?
3. Bagaimana pengaruh faktor layanan, terhadap minat Pegawai Negeri Sipil (PNS) dalam menggunakan Action *Mobile Banking* ?
4. Bagaimana pengaruh faktor pengetahuan, faktor produk faktor layanan, terhadap minat Pegawai Negeri Sipil (PNS) dalam menggunakan Action *Mobile Banking* pada PT. Bank Aceh Syariah kota Banda Aceh (Y) ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor pengetahuan terhadap minat Pegawai Negeri Sipil (PNS) dalam menggunakan *Action Mobile Banking*.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor produk terhadap minat Pegawai Negeri Sipil (PNS) dalam menggunakan *Action Mobile Banking*.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor layanan terhadap minat Pegawai Negeri Sipil (PNS) dalam menggunakan *Action Mobile Banking* .
4. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi minat Pegawai Negeri Sipil (PNS) dalam menggunakan *Action Mobile Banking*.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian, adalah:

1. Bagi Penulis  
Penelitian ini menjadi kesempatan penulis untuk menerapkan ilmu dan pengetahuan serta menambah wawasan terhadap dunia perbankan, Serta menambah informasi dan menjadi tolak ukur untuk menggunakan Action pada bank syariah. Dan juga hasil penelitian dapat di gunakan sebagai tambahan ilmu pengetahuan mengenai minat Pegawai Negeri Sipil (PNS) di kantor dinas kesehatan kota banda aceh dalam menggunakan produk action pada bank aceh syariah dan sebagai syarat dalam menyelesaikan studi guna mendapatkan gelar Sarjana S1 Perbankan Syariah.

## 2. Bagi Perbankan

Diharapkan penelitian ini menjadi masukan pemikiran yang bermanfaat dan menjadi salah satu bantuan untuk bank mengetahui bagaimana persepsi PNS terhadap aplikasi action bank syariah khususnya PNS di kota Banda aceh.

## 3. Bagi perguruan tinggi

Dapat menjadi bahan bacaan serta referensi yang bermanfaat untuk pihak yang berkepentingan, khususnya bagi penulis umum pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang berisikan suatu studi tentang Perbankan Syariah.

### 1.5 Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai penelitian ini dan agar mudah dipahami, maka diperlukan sistematika penulisan yang sederhana sehingga tidak terjadi kesulitan dalam membaca maupun memahami isi dari penelitian ini maka penulis akan menyajikan sistematika pembahasan dari penelitian ini sebagai berikut:

**BAB I** Pendahuluan Bab ini adalah awal dari skripsi yang berisi beberapa inti pembahasan. Di dalamnya terdiri dari latar belakang masalah yang menjadi dasar dari permasalahan penelitian ini, rumusan masalah adalah masalah-masalah yang akan dibahas, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian merupakan bagaimana tujuan dan manfaat atas dilakukannya penelitian ini.

BAB II Landasan Teori Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan secara lebih detail. Bab ini juga mengurai hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan dan kerangka pemikiran dari penelitian.

BAB III Metode Penelitian bab ini menjelaskan tentang pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian. subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data. Sehingga apa yang ingin dituju dari penelitian jelas di jawab.

BAB IV Merupakan bab yang membahas hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis serta pembahasan secara mendalam tentang hasil temuan pada penelitian yang diteliti.

BAB V Merupakan bab penutup dari skripsi ini yang membahas kesimpulan atas hasil penelitian dan jawaban atas rumusan masalah terkait dilengkapi dengan saran sebagai rekomendasi untuk penelitian ini. Kemudian, diakhiri dengan daftar pustaka dan lampiran-lampiran penting lainnya. Penutup bab ini juga peneliti merangkum hasil



penelitian yang bertujuan agar pembaca dapat mengetahui kesimpulan dari penelitian.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Minat**

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia arti minat adalah kecenderungan hati yang kuat terhadap sesuatu, keinginan, ataupun gairah. ketertarikan seseorang pada suatu hal dan hal tersebut akan mendorongnya untuk melakukan suatu keputusan atau tindakan. Heny mengatakan arti minat pada buku psikologi umumnya adalah minat sama dengan kemauan, maknanya kekuatan yang hidup dan sadar, atau menciptakan sesuatu berdasarkan pikiran dan perasaan. Dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaiannya tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya (Hartono, 2021).

Minat merupakan suatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka dan tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa produk tertentu (Hartono, 2021).

Minat perilaku pengguna merupakan bentuk sikap atau perilaku yang cenderung untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat pengguna sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap dan perhatian pengguna terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan dalam menambah pendukung,

motivasi untuk tetap terus menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain. Minat adalah kesadaran seseorang dalam sesuatu obyek seseorang, suatu soal atau situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Pengetahuan atau informasi tentang seseorang atau suatu objek pasti harus ada terlebih dahulu dapat minat obyek tadi. Dari berbagai pengertian di atas dapat

Disimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh sesuatu kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Apabila kepuasan tersebut telah dirasakan manfaatnya, maka seseorang akan secara kontinuitas menggunakan. Indikator-indikator minat perilaku, antara lain:

Adanya kesadaran nasabah untuk menggunakan internet banking, banyaknya layanan transaksi pada internet banking dan internet banking fleksibel seperti yang nasabah inginkan, dorongan sesuatu yang nasabah inginkan adalah untuk memperluas pengetahuan nasabah tentang Internet Banking (Siti, 2016).

### **2.1.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat**

Menurut Soraya (2015) ada beberapa faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:

a. Faktor internal

Faktor internal adalah faktor-faktor yang timbul karena pengaruh dari dalam diri individu itu sendiri. Menurut Mangkunegara, faktor internal yaitu faktor yang dihubungkan

dengan sifat-sifat seseorang. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri individu yaitu berarti bahwa suatu perbuatan memang diinginkan karena seseorang senang melakukannya, disini minat datang dari diri orang itu sendiri seperti masyarakat yang didorong oleh kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan rohani. Ketika nasabah ingin mendapatkan sesuatu dengan cara yang mudah maka nasabah akan mencari solusi yang memudahkan mereka mendapatkannya. Dari faktor internal ini ada faktor kemudahan yang membuat nasabah mudah untuk mendapatkan yang mereka inginkan, Yang mana faktor kemudahan membuat seseorang berminat menggunakan *Mobile Banking* karena dengan menggunakan aplikasi tersebut dapat mempermudah seseorang itu melakukan transaksi. Seperti contohnya seseorang ingin melakukan transaksi atau membeli kebutuhan dengan online akan tetapi ketika melakukan pembayaran harus datang dulu ke tempat pembayaran atau harus datang ke bank itu sendiri dengan menggunakan aplikasi *Mobile Banking* nasabah hanya perlu melakukan transaksi di rumah saja tanpa perlu lagi datang ke bank.

b. Faktor eksternal

Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang mempengaruhi individu karena pengaruh rangsangan dari luar. Menurut eksternal, faktor yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja seseorang yang berasal dari lingkungan. Faktor eksternal adalah

faktor dari luar yang berarti bahwa suatu perbuatan dilakukan atas dasar dorongan atau pelaksanaan dari seseorang. Dari faktor eksternal ada 2 faktor yang bisa membuat suatu perusahaan meningkatkan produk yang dikeluarkan perusahaan tersebut yaitu faktor kepercayaan dan faktor keamanan. Yang mana ketika produk yang digunakan oleh seseorang dan membuat orang tersebut nyaman dan percaya bahwa produk tersebut aman untuk digunakan maka seseorang tersebut akan memperkenalkan produk itu kepada orang lain, misal seorang karyawan perusahaan menggunakan produk tersebut dan demi memudahkan pembeli yang lain untuk melakukan transaksi yang mudah tanpa harus datang ke perusahaan itu sendiri maka karyawan tersebut akan menganjurkan pembeli untuk menggunakan produk yang dikeluarkan perusahaan tersebut (Erfi, 2019).

Ada beberapa faktor lainnya yang mempengaruhi minat nasabah itu sendiri, apabila faktor-faktor tersebut dapat dipenuhi dengan baik, maka loyalitas nasabah pun tercipta. Freddy Rangkuti (2013: 8) juga mengatakan bahwa minat nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu:

1. Faktor Layanan (*service quality*), yaitu nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

2. Faktor produk (*product quality*), yaitu nasabah akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
3. Harga (*price*), yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabah.
4. Faktor situasi (*situational factor*), yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh nasabah.
5. Faktor pribadi (*personal factor*), yaitu karakteristik nasabah yang mencakup kebutuhan pribadi.

Faktor lainnya yang mempengaruhi minat Menurut Sumarwan yang dikutip dalam Indarto Candra Yoesmanam (2015;136) mendefinisikan bahwa pengetahuan produk. Pengetahuan produk merupakan sekumpulan beberapa informasi yang terkait mengenai suatu produk. Pengetahuan produk ialah ialah petunjuk intrinsik yang mana sangat penting bagi seseorang konsumen untuk dipertimbangkan ketika mengevaluasi suatu produk sebelum dilakukan pembelian.

### **2.1.2 Indikator Minat**

Adapun beberapa indikator minat menurut Ferista W. dalam Nanda (2020) adalah sebagai berikut:

1. Transaksional

Kecenderungan seseorang untuk membeli atau menggunakan produk yang diminati. Menurut Assael Sukmawati dan Suyono

dalam Pramono (2012) minat beli adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan. Kemudian Kotler, Bowen, dan Makens (2014) menyatakan bahwa minat beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif. Menurut Ferdinand (2016) minat beli konsumen dapat diartikan sebagai minat beli yang mencerminkan hasrat dan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk.

## 2. Refrensial

Kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Yang dimana umumnya seseorang senang mereferensikan sesuatu kepada orang lain, jika sesuatu itu menarik dan bagus kebanyakan mereka akan langsung menyarankan hal tersebut ke orang terdekat mereka, sebaliknya juga begitu, apa bila yang mereka rasakan itu kurang bagus dan kurang menarik maka mereka akan memberi tau juga ke orang lain bahwasannya itu tidak baik dan tidak menarik. Sulistyani R (2013:60) mengatakan bahwa minat mereferensikan produk yang berkaitan dengan mempengaruhi seseorang, merekomendasikan pada orang lain, dan mempelajari apa yang dipikirkannya maka akan didapatkan tidak hanya sekedar informasi tentang orang itu dan bagaimana proses informasi itu dapat berjalan dan bagaimana memanfaatkannya dalam proses pembelian. Hasan (2014:173) juga mengungkapkan bahwa minat mereferensi merupakan

sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode unit tertentu.

### 3. Preferensial

Minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya. Preferensi adalah pilihan-pilihan yang dibuat oleh para konsumen atas produk- produk yang dikonsumsi. Kekuatan preferensi konsumen akan menentukan produk-produk apa yang mereka beli dan pendapatan mereka yang terbatas, dan juga permintaan untuk produk-produk. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang, atau jasa yang dikonsumsi.

### 4. Eksploratif

Minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut. Karena pada umumnya seseorang akan cenderung mencari informasi terlebih dahulu tentang apa yang akan mereka beli untuk produk yang mereka minati, baik itu informasi tentang kekurangan ataupun kelebihan yang ada pada produk tersebut.



## **2.2 Faktor Produk**

### **2.2.1 Definisi Faktor Produk**

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan pada pasar baik produk nyata maupun produk tidak nyata (jasa) sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan (Shinta, 2011: 76). Aspek yang perlu diperhatikan mengenai produk adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2008: 272), kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan nasabah. Dalam arti yang lebih sempit, kualitas bisa didefinisikan “bebas dari kerusakan.” Tetapi sebagian besar perusahaan yang berpusat pada nasabah melangkah jauh melampaui definisi sempit ini. Justru, mereka mendefinisikan kualitas berdasarkan penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan.

### **2.2.2 Indikator faktor produk**

Menurut Tony Sitinjak, dkk (2004: 7) kualitas produk memiliki lima indikator, yaitu:

- a. Kinerja (*performance*), berkaitan dengan aspek fungsional dari produk itu dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen ketika ingin menggunakan suatu produk. Misalnya kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan dalam penggunaan.

- b. Keandalan (*reliability*), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tentu. semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- c. Fitur (*feature*) dapat dikatakan sebagai aspek sekunder, fitur produk yang melengkapi fungsi dasar suatu produk tersebut dapat menyediakan fitur sesuai dengan kebutuhan nasabah. Karena perkembangan fitur hampir tidak terbatas jalannya dengan perkembangan teknologi, maka fitur menjadi target inovasi para produsen untuk memuaskan nasabah.
- d. Daya tahan (*durability*) menunjukkan suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
- e. Desain (*design*) berkaitan dengan bagaimana suatu produk memiliki gaya tersendiri untuk meningkatkan nilai produk tersebut terhadap konsumen. nilai disini bisa berupa penambahan fungsi sebagai bagian dari industri perbankan syariah, Bank Aceh Syariah harus terus berupaya meningkatkan kualitas layanan dan produk ACTION, karena kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas layanan pengetahuan dan produk yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank.

## **2.3 Faktor Layanan**

### **2.3.1 Definisi faktor layanan**

Menurut Lewis dan Booms yang dikutip oleh Tjiptono (2017: 142), kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi nasabah. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sesuai dengan ekspektasi nasabah.

Menurut Rianto (2010: 213), kualitas layanan (service quality) adalah perbandingan layanan antara kenyataan dan harapan nasabah, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu dan nasabah akan kecewa atau tidak puas.

Service quality (kualitas layanan) merupakan kunci dan faktor yang sangat penting dalam strategi bisnis, karena terbukti dapat meningkatkan profitabilitas, sehingga dapat menjadi alat untuk keunggulan bersaing. Kualitas layanan yang baik dapat menciptakan pembelian berulang, positive word of mouth, loyalitas pelanggan, dan diferensiasi produk yang kompetitif (Rangkuti, 2013: 44).

### **2.3.2 Indikator faktor layanan**

Menurut Tatik Suryani (2017: 165), indikator kualitas layanan adalah sebagai berikut:

- a. Efisiensi (*efficiency*), yaitu kemudahan dan kecepatan mengakses dalam menggunakan aplikasi, efisiensi dianggap sangat penting karena kemudahan dan penghematan waktu umumnya dianggap sebagai alasan utama untuk bertransaksi.
- b. Pemenuhan janji (*fulfillment*), yaitu kemampuan layanan dalam memenuhi kebutuhan nasabah dan memberikan layanan sesuai dengan apa yang sudah dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. Kesiediaan sistem beroperasi (*system availability*), yaitu kemampuan bank membuat fungsi teknis yang benar pada situs bank agar sistem beroperasi dengan baik dan memberikan informasi layanan bebas dari kesalahan.
- d. Privasi (*privacy*), berupa jaminan bahwa data perilaku berbelanja tidak akan diberikan kepada pihak lain manapun dan bahwa informasi kartu kredit pelanggan terjamin keamanannya.

## **2.4 Faktor pengetahuan**

### **2.4.1 Definisi faktor pengetahuan**

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan menurut Depkes R.I dalam Wawan dan Dewi (2013), Faktor Pengetahuan dipengaruhi oleh:

- a. Faktor internal
  - 1) Pendidikan

Pendidikan dapat mempengaruhi perilaku seseorang terhadap pola hidup terutama dalam motivasi sikap. Semakin tinggi

pendidikan seseorang, maka semakin mudah untuk menerima informasi.

2) Pekerjaan

Pekerjaan merupakan suatu cara mencari nafkah yang membosankan, berulang dan banyak tantangan. Pekerjaan dilakukan untuk menunjang kehidupan pribadi maupun keluarga.

3) Umur

Usia adalah umur individu yang terhitung mulai dari dilahirkan sampai berulang tahun.

b. Faktor eksternal

1) Faktor lingkungan

Lingkungan sekitar dapat mempengaruhi perkembangan dan perilaku individu maupun kelompok. Jika lingkungan mendukung kearah positif, maka individu atau kelompok akan berperilaku positif, tetapi jika lingkungan tidak kondusif, maka individu maupun kelompok tersebut akan berperilaku kurang baik.

2) Sosial budaya

Sistem sosial budaya yang ada dalam masyarakat dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang.

### 2.4.2 Indikator pengetahuan

Pengetahuan adalah sebagai suatu pembentukam yang secara terus menerus oleh seseorang yang setiap saat mengalami

reorganisasi karena adanya pemahaman-pemahaman baru (S Arikunto,1994). Adapun indikator pengetahuan sebagai berikut:

a. Pengetahuan produk

Pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk.

b. Pengetahuan pemakaian

Pengetahuan pemakaian dimana suatu produk akan memberikan manfaat jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen.

Hal ini di dukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizka dan Wardhana (2018) terkait pengaruh kualitas layanan mobile banking Bank Syariah Mandiri terhadap kepuasan nasabah, yang hasil penelitiannya mengatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri. Hal serupa juga dengan penelitian Harish (2017) menunjukkan bahwa kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kemudian penelitian Intan Kamila (2017) diperoleh kesimpulan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian jika kualitas *mobile banking* semakin ditingkatkan, maka kepuasan nasabah akan semakin banyak atau besar.

Mansour (2020) meneliti terhadap penggunaan *mobile banking* pada bank syariah dipengaruhi adanya kualitas layanan yang dibutuhkan pelanggan bukan dari produk yang disediakan oleh perbankan. Oleh sebab itu penelitiannya menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh secara positif terhadap *actual behavior of using mobile banking*.

Pengetahuan akan sebuah produk jasa tentunya memberikan nilai tersendiri terhadap penggunaan suatu produk, dimana dengan adanya pengetahuan tentunya minat dan keinginan nasabah untuk menggunakan produk jasa Bank Aceh Syariah tersebut oleh karena itu pihak pengelola Bank Aceh Syariah terus berupaya melakukan pemasaran produknya salah satunya melalui media massa yang efektif, sehingga dengan adanya informasi tersebut, minat nasabah akan produk jasa tersebut memiliki nilai positif dan nasabah akan lebih mempunyai keinginan besar untuk menggunakan produk jasa tersebut.

Sharma (2019) mengemukakan bahwa faktor pelayanan yang dirasakan pengguna *mobile banking* seperti faktor kualitas yang terus dikembangkan (*Service Quality*) membuat hubungan semakin kuat terhadap adanya minat untuk tetap menggunakan *mobile banking (Intention to Use)*.

Berdasarkan kasus tersebut maka peneliti tertarik meneliti terkait faktor faktor yang mempengaruhi minat sehingga membuat pegawai negeri sipil banyak memakai layanan produk action tersebut.

## **2.5 Mobile banking**

### **2.5.1 Pengertian Mobile Banking**

Layanan *mobile banking* bank syariah adalah pengembangan dari dua bentuk inovasi bank syariah sebelumnya yaitu *sms banking* dan *internet banking*. Terdapat banyak persamaan secara fungsional antara *internet banking* dan *mobile banking*. Kedua bentuk teknologi informasi perbankan ini sama- sama berbasis internet.

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 merupakan salah satu hasil pengembangan teknologi Mobile Banking yang digunakan dalam domain komersial. Mobile Banking ini mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Mobile Banking merupakan layanan relative baru yang ditawarkan oleh perbankan terhadap pelanggannya karena kenyamanan dan fitur yang menghemat waktu (Syamsul, 2018).

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. 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 (Dwitya, 2018).

Istilah mobile banking dianggap berkaitan erat dengan fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone, dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM, kecuali mengambil uang cash. Mobile banking merupakan terobosan yang menarik karena dapat dilakukan 24 jam dan transaksi perbankan dapat dilakukan dimana saja, selama nasabah dapat mengakses mobile banking dengan menggunakan internet smartphone (Zhumar : 2013). Mobile banking merupakan inovasi yang dibuat dalam tiga teknologi yaitu SMS (Short Messaging System), dan aplikasi untuk software pada smartphone nasabah. Layanan Mobile banking akan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi pembayaran, melihat informasi saldo maupun transfer antar rekening dan bank. Mobile banking adalah salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank konvensional ataupun bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat tanpa harus datang ke bank atau ATM kecuali melakukan tarik tunai. Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi maju, layanan ini berbasis teknologi

seluler yang memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan (Ladesman, 2018).

## 2.5.2 Kelebihan dan Kekurangan pada Layanan *Mobile Banking*

### *Banking*

Adapun kelebihan dan kekurangan pada layanan *mobile banking* adalah sebagai berikut:

1. Kelebihan
  - a. Dapat dilakukan melalui ponsel pribadi, kapan pun, dan di mana pun. Dengan kata lain bahwa layanan *mobile banking* ini dapat digunakan di rumah ataupun dimanapun selama 24 jam, tidak perlu datang ke ATM ataupun ke bank.
  - b. Sempel.
  - c. Mudah diakses.
  - d. Biaya yang dikenakan lebih rendah.
  - e. Efektif dan efisien.
  - f. Mempermudah pekerjaan seseorang
2. Kekurangan
  - a. Tidak bisa melakukan transaksi tunai.
  - b. Nasabah harus memasukkan PIN yang dikirimkan ke nomor HP nasabah dan *handphone* yang digunakan juga tetap harus dipasang kartu SIM yang nomornya masih aktif dan sudah terdaftar.
  - c. Dibutuhkan *handphone* atau *smartphone* yang canggih untuk mengaksesnya.
  - d. Rentan pencurian data.

- e. Nasabah harus memiliki jaringan internet yang kuat dan stabil. Karena apabila jaringan tidak kuat dan stabil maka akan mempersulit untuk mengakses layanan *mobile banking* tersebut ([www.bankaceh.co.id](http://www.bankaceh.co.id)).

Dapat disimpulkan bahwa selain memiliki keunggulan dan kemudahan yang memberikan keaktifan dan efisien pada nasabah, layanan *mobile banking* ini juga memiliki keterbatasan. Seseorang menggunakan *mobile banking* apabila orang tersebut percaya bahwa *mobile banking* dapat memberikan manfaat terhadap pekerjaannya dan pencapaian prestasi kerjanya. Para nasabah berharap memperoleh manfaat, pada saat nasabah melaksanakan tugas dan pekerjaan rutinnnya setelah ia menggunakan *mobile banking*. Pengukuran kemanfaatan tersebut dilihat berdasarkan frekuensi penggunaan aplikasi yang dijalankan. Oleh karena itu tingkat kemanfaatan *mobile banking* akan mempengaruhi sikap nasabah terhadap sistem tersebut.

## **2.6 Penelitian Terkait**

Penelitian terkait bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam penelitian ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu, diantaranya :

Syamsul Hadi Dan Novi (2015), dalam penelitiannya yang berjudul tentang Faktor Yang Mempengaruhi Layanan Mobile Banking menemukan bahwa berdasarkan observasi yang dilakukan mereka dapat dilihat bahwa persepsi nasabah atas kemudahan

penggunaan dan manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Mobile Banking.

Penelitian yang dilakukan oleh Khoirini (2018) terkait pengaruh kualitas pelayanan electronic channel (E-Channel) terhadap kepuasan nasabah (studi pada PT bank BRI syariah kantor cabang bandar lampung). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sifat asosiatif. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling jenis incidental sampling, dengan jumlah responden sebanyak 98 responden. Hasil penelitian terdapat pengaruh positif secara bersama-sama (simultan) antara variabel independen dengan variabel dependen. Adapun perbedaannya dengan penelitian penulis adalah penelitian ini hanya meneliti variabel kualitas pelayanan electronic channel terhadap kepuasan nasabah, sedangkan penelitian penulis selain meneliti faktor layanan mobile banking juga meneliti faktor produk mobile banking terhadap kepuasan nasabah pegawai negeri sipil. Perbedaan lain terletak pada objek penelitian, objek penelitian ini adalah internet banking dan debit card, sedangkan objek penelitian penulis adalah mobile banking.

Penelitian Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana yang dilakukan oleh Larasati Dewi Hermawan (2020), Terkait “Analisis Minat Menggunakan BRI Mobile Pada Nasabah Di Kota Sukabumi”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi kemudahan

penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan. Persamaan penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuesioner dan sama-sama meneliti tentang Nasabah terhadap penggunaan mobile banking.

Ahmad Hisyam (2022), Pengaruh pengetahuan dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan bahwa terdapat pengaruh pada variabel pengetahuan kepercayaan keputusan menggunakan Mobile Banking. Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh pada variabel pengetahuan dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Mobile Banking. ersamaan penelitian ini sama sama meneliti tentang minat penggunaan nasabah menggunakan mobile banking.

Skripsi Selvia Azura (2023) Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan M-Banking (Studi Pada Bank Aceh Syariah Kcp Sigli). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kualitas layanan Action berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah KCP Sigli. (2) Kualitas produk Action berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah KCP Sigli. (3) Kualitas layanan Action dan kualitas produk Action secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah KCP Sigli. Persamaan dari skripsi ini ialah

sama sama berpengaruh terhadap nasabah dan objek sama yaitu action. perbedaannya pada faktor pengetahuan terhadap minat nasabah.

Desi Lismayanti, (2022) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Action Mobile Banking Pada

Nasabah Pt.Bank Aceh Syariah Cabang Blangkejeren. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kemudahan, kepercayaan dan keamanan secara simultan berpengaruh positif, sedangkan secara parsial hanya faktor kemudahan yang tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi Action Mobile Banking pada nasabah PT. Bank Aceh Syariah.

Skripsi Lazuardi (2017) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Pegawai Negeri Sipil (PNS) Dalam Menggunakan Bank Syariah (Studi Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa faktor motif rasional dan faktor motif emosional secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan Pegawai Negeri Sipil (PNS) Pemprov DIY dalam menggunakan bank syariah. Kesimpulan pada penelitian ini yaitu motif rasional dan motif emosional mempengaruhi Pegawai Negeri Sipil (PNS) dalam menggunakan bank syariah baik secara parsial maupun secara simultan. perbedaan pada skripsi ini terdapat pada faktor yang mempengaruhinya sedangkan persamaan sama-sama meneliti pada minat pegawai negeri sipil (PNS) pada menggunakan produk bank syariah.

### **Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti, Tahun dan Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<b>Hadi Dan Novi (2015)</b> Faktor yang mempengaruhi layanan mobile banking	Kuantitatif deskriptif X1: manfaat X2:kemudahan X3: keamanan X4:Kemampuan akses dan resiko	Berdasarkan observasi yang dilakukan dapat dilihat bahwa persepsi nasabah atas kemudahan penggunaan dan manfaat berpengaruh signifikan terhadap mobile banking.
2	<b>Uniyanti (2018)</b> Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam alauddin Makasar)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pada penelitian ini menggunakan 3 variabel yang membedakan dengan penelitian yang dibuat yaitu faktor yang mempengaruhinya disini faktor tersebut yaitu Religius, Pendapatan, dan Informasi produk bank syariah. Dan jenis penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif sedangkan jenis penelitian yang akan dibuat yaitu penelitian lapangan (field research) dengan metode kuantitatif. Uji hipotesis yang digunakan pada penelitian ini yaitu Uji Parsial, Uji Simultan (F), dan Determinan. Sedangkan pada penelitian yang akan di buat menggunakan Uji Parsial, Uji Simultan (F) dan Determinan

3	<p><b>Lazuardi (2017)</b>  Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Pegawai Negeri Sipil (Pns) Dalam Menggunakan Bank Syariah (Studi Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta)</p>	kuantitatif	<p>Hasil penelitian ini adalah bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi Pegawai Negeri Sipil (PNS) Pemprov DIY dalam menggunakan bank syariah adalah dipengaruhi oleh motif rasional dan motif emosional. Motif rasional didasarkan pada kenyataan-kenyataan seperti yang ditunjukkan oleh suatu produk kepada kepada konsumen, seperti harga, kemudahan, kehandalan dan keuntungan. Motif emosional didasarkan pada perasaan atau emosi individu seperti status sosial, kebanggan, kenyamanan, dan keamanan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa faktor motif rasional dan faktor motif emosional secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan Pegawai Negeri Sipil (PNS) Pemprov DIY dalam menggunakan bank syariah. Kesimpulan pada penelitian ini yaitu motif rasional dan motif emosional mempengaruhi Pegawai Negeri Sipil (PNS) dalam menggunakan bank syariah baik secara parsial maupun secara simultan.</p>
---	--	-------------	---



4	<p><b>Selvia Azura (2023)</b>  Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan M-Banking (Studi Pada Bank Aceh Syariah Kcp Sigli)</p>	Kuantitatif	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kualitas layanan ACTION berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah KCP Sigli. (2) Kualitas produk ACTION berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah KCP Sigli. (3) Kualitas layanan ACTION dan kualitas produk ACTION secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah KCP Sigli.</p>
5	<p><b>Desi Lismayanti,( 2022)</b>  Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Action Mobile Banking Pada Nasabah Pt.Bank Aceh Syariah Cabang Blangkejeren</p>	Kuantitatif	<p>Sampel berjumlah 70 orang responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kemudahan, kepercayaan dan keamanan secara simultan berpengaruh positif, sedangkan secara parsial hanya faktor kemudahan yang tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi Action Mobile Banking pada nasabah PT. Bank Aceh Syariah</p>

6	Larasati Dewi Hermawan (2020) Analisis Minat Menggunakan BRI MOBILE Pada Nasabah Di Kota Sukabumi	kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan mobile banking
7	<b>Khoirini (2018),</b> Pengaruh Kualitas Pelayanan Electronic Channel (E- Channel) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung)	Kuantitatif asosiatif	Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa internet banking dan debit card berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari hasil uji F terdapat pengaruh positif secara simultan antara internet banking dan debit card dengan kepuasan nasabah.

Sumber Tabel: Diolah oleh peneliti 2023

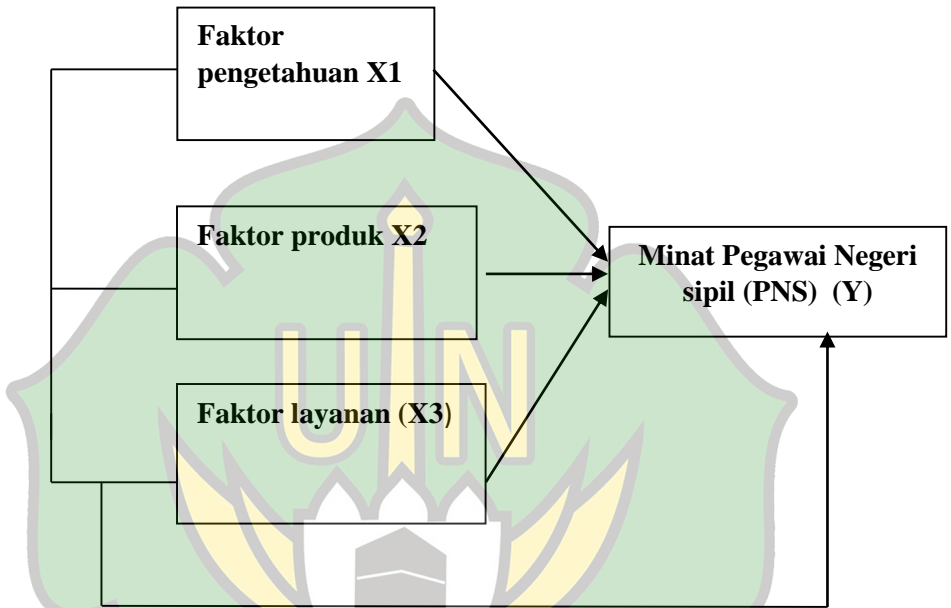
## 2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka teoretis merupakan model konseptual dari sebuah teori atau kumpulan teori yang memberikan penjelasan logis mengenai hubungan atau beberapa faktor yang berhasil diidentifikasi sebagai faktor penting untuk menjelaskan masalah yang akan diteliti (Suryani dan Hendryadi, 2015: 93)

Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan sebelumnya mengenai pengaruh kualitas layanan dan produk Action (Aceh Transaction Online) terhadap kepuasan nasabah

Bank Aceh Syariah maka kerangka berpikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2 1 Kerangka Pemikiran**

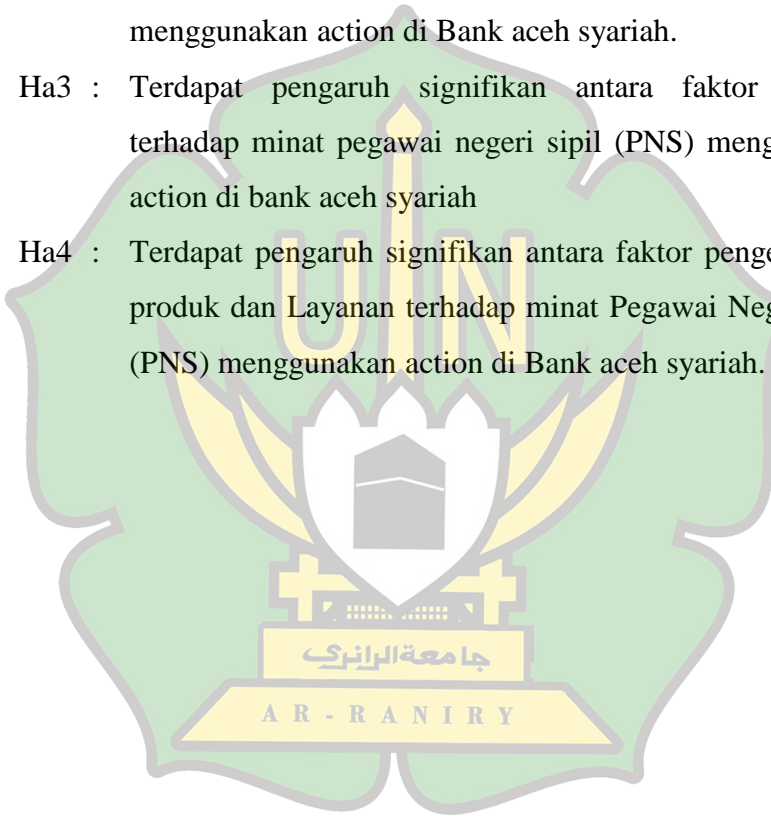


## 2.8 Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan peneliti (Priyono, 2016: 66). Dengan hipotesis, penelitian menjadi jelas arah pengujinya dengan kata lain hipotesis membimbing peneliti dalam melaksanakan penelitian di lapangan.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas didukung dengan beberapa teori, maka jawaban atau dugaan sementara atas permasalahan tersebut adalah:

- Ha<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh signifikan antara faktor pengetahuan terhadap minat Pegawai Negeri Sipil (PNS) menggunakan action di Bank aceh syariah.
- Ha<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh signifikan antara faktor produk terhadap terhadap minat Pegawai Negeri Sipil (PNS) menggunakan action di Bank aceh syariah.
- Ha<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh signifikan antara faktor layanan terhadap minat pegawai negeri sipil (PNS) menggunakan action di bank aceh syariah
- Ha<sub>4</sub> : Terdapat pengaruh signifikan antara faktor pengetahuan , produk dan Layanan terhadap minat Pegawai Negeri Sipil (PNS) menggunakan action di Bank aceh syariah.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah *field research* (penelitian lapangan) dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, dan pengumpulan data dengan menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014;13).

Adapun Jenis penelitian ini termasuk penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Asosiatif yang penulis maksud yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh faktor pengetahuan (literasi) dan faktor produk Action terhadap kepuasan nasabah pegawai negeri sipil pada bank aceh syariah (Sujarweni, 2015;16).

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan penulis pada Pegawai Negeri Sipil (PNS) di Kantor Dinas kesehatan kota Banda aceh tahun 2023 sampai penelitian ini selesai.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang bersifat angka atau nilai-nilai nya yang dapat dihitung dan diukur.

Berdasarkan jenis dan sumbernya, data dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu :

a. **Data Primer**

Data Primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Dalam penelitian ini data primer berupa penyebaran kuesioner secara langsung dengan Pegawai Negeri Sipil (PNS) di Kantor Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh dan wawancara.

b. **Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.(Suryani & Hendryadi, 2015;171)

### **3.4 Populasi dan Sampel**

a. **Populasi**

Populasi adalah objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah Pegawai Negeri Sipil (PNS) di Kantor Dinas Kesehatan kota Banda Aceh pada tahun 2023 yang berjumlah 116 orang.

b. **Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, maka peneliti tidak mungkin mengambil dan mempelajari semua yang ada pada populasi, untuk itu peneliti mengambil sampel dari populasi tersebut (Sugiyono, 2013).

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu (Sugiyono, 2008) dimana seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya. Apabila objek kurang dari 100 maka yang diambil seluruhnya sampel. Selanjutnya jika objek besar dari 100 maka yang diambil 10-25%. Dari seluruh populasi yang ada maka penulis akan menggunakan rumus Slovin untuk menentukan besarnya sampel yang akan diambil (Muhammad, 2008:180).

Kriteria responden dalam penelitian ini:

1. Pegawai Negeri Sipil pada Kantor Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh
2. Sudah pernah bertransaksi menggunakan action
3. Nasabah Bank Aceh Kota Banda Aceh

Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 116 pegawai negeri sipil. Untuk mendapatkan jumlah sampel yang mewakili populasi maka, peneliti menggunakan rumus slovin (Priyono, 2008:120):

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

Dimana:

N : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir yaitu 10% (0,1). sehingga :

$$n = \frac{116}{1+116(0,1)^2} \quad n = \frac{116}{2,16}$$

$$n = 53,7$$

Berdasarkan rumus tersebut, dengan tingkat kesalahan 10% maka diperoleh sampel sebanyak 53,7 dibulatkan menjadi 54 sampel. jadi pada penelitian ini diberikan beberapa pernyataan yang disusun kepada 54 responden yang diambil untuk mewakili populasi pegawai negeri sipil pada kantor dinas kesehatan kota banda aceh.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam suatu penelitian ilmiah dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat dan terpercaya. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Pengertian kuesioner sendiri merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan



memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2009: 199).

Responden yang mengisi kuesioner ini adalah nasabah Pegawai Negeri Sipil (PNS) pengguna Action pada Kantor Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh. Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengambil data mengenai pengaruh kualitas layanan, kualitas pengetahuan dan kualitas produk Action terhadap minat pegawai negeri sipil pada kantor dinas kesehatan kota banda aceh.

Dalam kuesioner ini peneliti menggunakan skala pengukuran yaitu suatu proses hal dimana suatu angka atau simbol diletakkan pada karakteristik atau properti suatu stimuli sesuai dengan aturan atau prosedur yang telah ditetapkan (Ghozali, 2013). Variabel yang akan diukur dalam penelitian ini adalah variabel dari Action yang terdiri dari kehandalan dan ketanggapan, jaminan dan keamanan, kenyamanan dalam bertansaksi, efisiensi dan mudah dioperasikan. Variabel-variabel tersebut diukur dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban dari setiap item yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative (Sugiyono, 2013).

**Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert**

<b>Keterangan Pilihan</b>	<b>Skor</b>
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

*Sumber : Sugiyono (2013)*

Tahap selanjutnya adalah tahap pengolahan data. Pengolahan data adalah proses untuk memperoleh data/angka ringkasan berdasarkan kelompok data mentah (Supranto, 2000: 24). Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan pengolahan data dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS 26 dan Ms. Excel.

### **3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

#### **3.6.1 Variabel Penelitian**

Variabel Penelitian menurut Sugiyono (2016: 38) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dapat ditarik kesimpulannya. Macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

a. Variabel Bebas (Independent Variabel)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah pengetahuan Action (X1), faktor produk Action (X2) dan faktor layanan Action (X3).

b. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau diakibatkan oleh variabel bebas. Keberadaan variabel ini sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus/topik penelitian (Priyono, 2016: 58). Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah minat nasabah pegawai negeri sipil (Y).

### 3.6.2 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah bagaimana menemukan dan mengukur variabel tersebut dilapangan dengan merumuskan secara singkat dan jelas. Serta tidak ditimbulkan berbagai penafsiran-penafsiran lain. Berikut operasional variabel ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian**

Variabel penelitian	Definisi	Indikator Variabel
<b>Faktor pengetahuan</b>	Pengetahuan merupakan salah satu faktor pendukung penting bagi seseorang atau masyarakat dalam menentukan pilihan terhadap suatu hal, termasuk dalam menentukan pilihan dimana mereka akan menitipkan dananya. Pengetahuan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti: pengalaman, pendidikan, keyakinan, penghasilan, sosial, lingkungan, dan sebagainya. Semakin banyak pengalaman yang diperoleh dari diri sendiri maupun orang lain, maka semakin bertambah juga pengetahuan yang kita dapatkan.	Pengetahuan adalah sebagai suatu pembentukam yang secara terus menerus oleh seseorang yang setiap saat mengalami reorganisasi karena adanya pemahaman-pemahaman baru (S Arikunto,1994). Adapun indikator pengetahuan sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Pengetahuan produk</li> <li>b. Pengetahuan pemakaian</li> </ol>

<b>Faktor produk</b>	Pengertian produk Menurut Philip Kotler mendefinisikan sebuah produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk bisa berupa benda fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan.	Menurut Tony Sitinjak, dkk (2004: 7) kualitas produk memiliki lima indikator, yaitu: 1) Kinerja (performance), dalam penggunaan. 2) Keandalan (reliability) 3. Fitur (feature) 4)Daya tahan (durability) 5) Desain (design)
<b>Faktor layanan</b>	Kualitas layanan berpusat pada upaya kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan nasabah (Tjiptono, 2006: 59). Menurut Lewis dan Booms yang dikutip oleh Tjiptono (2017: 142), kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi nasabah. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sesuai dengan ekspektasi nasabah.	Menurut Tatik Suryani (2017: 165), indikator kualitas layanan adalah sebagai berikut: 1) Efisiensi (efficiency) 2) Pemenuhan janji (fulfillment) 3) Kesiapan sistem beroperasi (system availability) 4) Privasi (privacy)

### 3.7 Uji Instrumen Penelitian

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2006: 49). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji ini menggunakan rumus korelasi product moment sebagai berikut (Riduwan, 2019: 57):

$$r = \frac{n (\sum xy) - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

x = skor setiap item

y = skor total

$\sum x$  = jumlah score item

$\sum x^2$  = jumlah kuadrat score item

$\sum y^2$  = jumlah kuadrat score total

Kriteria pengambilan keputusan adalah :

Jika r hitung > r tabel , maka pernyataan tersebut dinyatakan valid

Jika r hitung < r tabel , maka pernyataan tersebut tidak valid

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan sebuah instrumen. Jadi reabilitas menunjukkan apabila instrumen tersebut konsisten memberikan hasil ukuran yang sama tentang sesuatu yang diukur pada waktu yang berlainan (Agung, 2012: 51). Adapun untuk menguji reliabilitas rumus yang

digunakan adalah koefisien alfa cronbach jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel dengan rumus sebagai berikut (Silalahi, 2015: 470):

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - n \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

Dimana :

$\alpha$  = koefisien alpha cronbach

k = jumlah item pertanyaan

$\sum s_1^2$  = jumlah varian skor item

$Sx^2$  = varian skor uji seluruh item k

### 3.8 Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengkaji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2009). Pada penelitian ini untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak maka dilakukan dengan menggunakan nilai rasio skewness dan kourtosis.

Menurut Hartono (2008) *skewness* dan *kurtosis* dapat digunakan untuk menentukan tingkat normalitas data, dengan menggunakan proses perhitungan rasio skewness dan kurtosis. Uji normalitas *skewness* dan *kurtosis* mempunyai kelebihan yang tidak didapat diperoleh dari uji normalitas yang lain. Dimana uji *skewness* dan *kurtosis* akan dapat diketahui grafik normalitas menceng ke kanan atau ke kiri, terlalu datar atau mengumpul

ditengah. Oleh karena itu, uji normalitas skewness dan kurtosis juga sering disebut dengan ukuran kemencengan data.

Ketentuan apakah data terdistribusi normal atau tidak dengan melihat jika nilai rasio *skewness* dan *kurtosis* berada diantara -2 sampai dengan 2 maka data berdistribusi normal.

### **3.8.2 Uji Multikolinieritas**

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi maka dinamakan problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Santoso, 2018: 195). Untuk mengetahui ada tidaknya masalah multikolinieritas dapat menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factory*). Jika nilai VIF masih kurang dari 10, maka multikolinieritas tidak terjadi (Purwoto, 2007: 97).

### **3.8.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Penelitian yang baik yaitu penelitian yang tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, penelitian dikatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas apabila titik-titik *scatterplot* menyebar dan tidak membentuk pola-pola tertentu.

### **3.9 Uji Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier ganda adalah analisis yang digunakan untuk mencari pola hubungan antara satu variabel terikat

(dependent) dengan lebih dari satu variabel bebas (independent) (Wulansari, 2016: 176). Topik permasalahan dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel terikat dan tiga variabel bebas, maka digunakan uji statistik dengan metode regresi linier dengan tiga variabel bebas. Rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut (Siregar, 2017: 406):

$$Y = \alpha + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = variabel terikat

X1 = variabel bebas pertama

X2 = variabel bebas kedua

$\alpha$ ,  $b_1$  dan  $b_2$  = konstanta

### **3.10 Uji Hipotesis**

#### **3.10.1 Uji Parsial (Uji t)**

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2018). Hipotesis yang digunakan adalah:

Ha<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh signifikan antara faktor pengetahuan (X1) terhadap minat Pegawai Negeri Sipil (PNS) menggunakan action di Bank aceh syariah (Y).

Ha<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh signifikan antara faktor produk (X2) terhadap minat Pegawai Negeri Sipil (PNS) menggunakan action di Bank aceh syariah (Y).



Ha<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh signifikan antara faktor layanan (X<sub>3</sub>) terhadap minat pegawai negeri sipil (PNS) menggunakan action di bank aceh syariah (Y).

Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung terhadap nilai t tabel dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika t hitung > t tabel, maka ditolak dan diterima.
- 2) Jika t hitung < t tabel, maka diterima dan ditolak.

### 3.10.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Bila hasil uji simultannya adalah signifikan, maka dapat dikatakan bahwa hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (Kurniawan, 2016: 96-97). Hipotesis yang digunakan adalah:

H<sub>04</sub> : Faktor pengetahuan (X<sub>1</sub>), produk (X<sub>2</sub>) dan Layanan (X<sub>3</sub>) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat Pegawai Negeri Sipil (PNS) menggunakan action di Bank aceh syariah (Y).

Ha<sub>4</sub> : Faktor pengetahuan (X<sub>1</sub>), produk (X<sub>2</sub>) dan Layanan (X<sub>3</sub>) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat Pegawai Negeri Sipil (PNS) menggunakan action di Bank aceh syariah (Y).

Untuk menguji hipotesis apakah diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan nilai  $f$  hitung dengan  $f$  tabel. Kriteria pengujian hipotesis dilakukan dengan:

- a. Apabila nilai  $f$  hitung  $> f$  tabel dan nilai  $\text{sig} < 0.1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b. Apabila nilai  $f$  hitung  $< f$  tabel dan nilai  $\text{sig} < 0.1$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 3.10.3 Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan proporsi variabilitas dalam suatu data yang dihitung berdasarkan model statistik. Dengan kata lain, koefisien determinasi diartikan dengan seberapa besar variabel independen  $X$  menentukan tingkat variabel respon  $Y$  dalam suatu model. Nilai koefisien determinasi berganda  $0 \leq R^2 \leq 1$ . Artinya, jika nilai  $R^2 = 1$  maka model yang dihasilkan mampu menerangkan semua variabilitas dalam variabel  $Y$ . Namun, jika  $R^2 = 0$ , maka tidak ada hubungan antara variabel independen ( $X$ ) dengan  $Y$ . Semakin dekat nilai  $R^2$  dengan 1, maka semakin baik tingkat kecocokan model dengan data yang diolah (Kurniawan, 2016: 123-124). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada persamaan regresinya linier, dapat dihitung dengan menggunakan rumus (Wulansari, 2016: 133) :

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

Dimana :

$R^2$  = koefisien determinasi/proposisi keragaman/variabilitas total di sekitar nilai tengah  $y$  yang dapat dijelaskan oleh model regresi (biasanya dinyatakan dalam presentase)

Khusus untuk regresi linear sederhana, berlaku :

$$R = r_{xy} = (\text{tanda } b_1) \sqrt{R^2}$$

$R$  = koefisien korelasi ganda (*multiple correlation coefficients*)

Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi atau seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan pedoman :

**Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai R**

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,800-1,000	Sangat kuat
0,600-0,799	Kuat
0,400-0,399	Cukup kuat
0,200-0,399	Rendah
0,000-1,999	Sangat rendah

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran umum objek penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Singkat Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh**

Dinas Kesehatan mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan Pemerintahan Daerah dan Tugas Pembantuan bidang Kesehatan. Rencana Strategis yang disusun adalah dalam rangka mendukung Visi dan Misi Kota Banda Aceh, khususnya dalam bidang kesehatan daerah di Lingkup Pemerintah Kabupaten Aceh ([dinkes.bandaacehkota.go.id](http://dinkes.bandaacehkota.go.id)).

Dinas Kesehatan Aceh mempunyai tugas melakukan tugas umum pemerintahan di bidang pengendalian penyakit dan penyehatan lingkungan, pembinaan pelayanan kesehatan, pengembangan sumber daya kesehatan dan kefarmasian sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Sesuai dengan Peraturan Walikota Nomor Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh, Dinas Kesehatan mempunyai tugas membantu Bupati melaksanakan Urusan Pemerintahan di bidang kesehatan yang menjadi kewenangan Daerah dan Tugas Pembantuan yang diberikan kepada Daerah. Dinas Kesehatan dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud menyelenggarakan fungsi :

1. Perumusan kebijakan di bidang kesehatan masyarakat, an

pengendalian penyakit, pelayanan kesehatan baik upaya kesehatan perorangan (UKP) maupun upaya kesehatan masyarakat (UKM), kefarmasian, alat kesehatan dan perbekalan kesehatan rumah tangga (PKRT) serta sumber daya kesehatan

2. Pelaksanaan kebijakan di bidang kesehatan masyarakat, pencegahan dan pengendalian penyakit, pelayanan kesehatan baik upaya kesehatan perorangan (UKP) maupun upaya kesehatan masyarakat (UKM), kefarmasian, alat kesehatan dan perbekalan kesehatan rumah tangga (PKRT) serta sumber daya kesehatan;
3. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang kesehatan masyarakat, pencegahan dan pengendalian penyakit, pelayanan kesehatan baik upaya kesehatan perorangan (UKP) maupun upaya kesehatan masyarakat (UKM), kefarmasian, alat kesehatan dan perbekalan kesehatan rumah tangga (PKRT) serta sumber daya kesehatan
4. Pelaksanaan pembinaan penyelenggaraan tata kelola Rumah Sakit dan tata kelola klinis Rumah Sakit Daerah;
5. Pelaksanaan administrasi dinas sesuai dengan lingkup tugasnya dan
6. Pelaksanaan fungsi lain yang di berikan oleh Kepala Daerah terkait dengan bidang kesehatan.

Berikut struktur organisasi pada Kantor Dinas kesehatan Kota Banda Aceh :

**Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh**



Sumber : Penelitian Pada Kantor Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh

#### 4.1.2 Gambaran Umum Bank Aceh Syariah

Gagasan untuk mendirikan Bank milik Pemerintah Daerah di Aceh teretus atas prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPDRD/5 tanggal 7 September 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama “PT Bank Kesejahteraan Atjeh, NV” dengan modal dasar ditetapkan Rp 25.000.000 ([www.bankaceh.com](http://www.bankaceh.com)).

Setelah beberapa kali perubahan Akte, barulah pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dengan surat

keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan surat keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960, pada saat itu PT Bank Kesejahteraan Aceh NV dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisaris terdiri atas Teuku Soelaiman Polem, Abdullah Bin Mohammad Husein Sanusi. Dengan ditetapkannya Undang-undang No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah, semua Bank milik Pemerintah Daerah yang sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan Undang-undang tersebut. Untuk memenuhi ketentuan ini maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah No. 12 Tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam Perda tersebut ditegaskan bahwa maksud pendirian Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh adalah untuk menyediakan pembiayaan bagi pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah dalam rangka pembangunan nasional semesta berencana.

Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT. Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

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

Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional menjadi Bank Umum Syariah PT Bank Aceh yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisiner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh. Proses Konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal.

Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016



tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum Syariah PT Bank Aceh yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisiner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh.

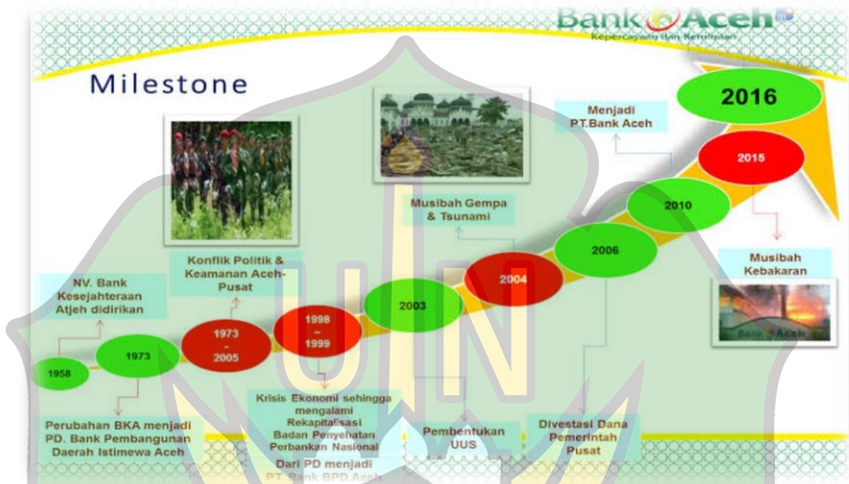
Sesuai dengan ketentuan yang berlaku bahwa kegiatan operasional Bank Aceh Syariah baru dapat dilaksanakan setelah diumumkan kepada masyarakat selambat-lambatnya 10 hari dari hari ini. Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak tanggal tersebut Bank Aceh telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip Ketentuan PBI Nomor 11/15/PBI/2009.

Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal.

Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di Jalan Mr. Mohd. Hasan No 89 Batoh Banda Aceh. Sampai dengan akhir tahun 2017, Bank Aceh telah memiliki 161 jaringan kantor terdiri dari 1 Kantor Pusat, 1 Kantor Pusat Operasional, 25 Kantor Cabang, 86 Kantor Cabang Pembantu, 20 Kantor Kas tersebar dalam wilayah Provinsi Aceh termasuk di kota Medan (dua Kantor Cabang, dua Kantor

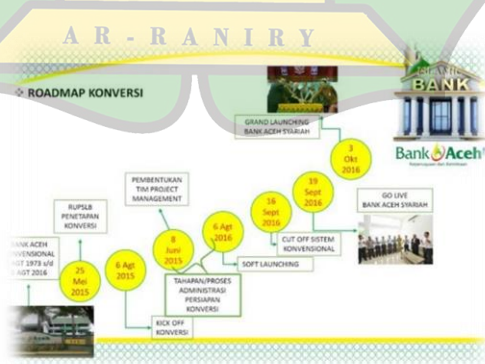
Cabang Pembantu, dan satu Kantor Kas), dan 17 Payment Point. Bank juga melakukan penataan kembali lokasi kantor sesuai dengan kebutuhan ([www.bankaceh.com](http://www.bankaceh.com)).

**Gambar 4.2 Milestone Bank Aceh**



Sumber : [www.bankaceh.co.id](http://www.bankaceh.co.id)

**Gambar 4.2**  
**Roadmap konversi Bank Aceh**



Sumber : [www.bankaceh.co.id](http://www.bankaceh.co.id)

#### **4.1.2 Visi dan Misi PT. Bank Aceh Syariah**

1. Visi  
Menjadi “Bank Syariah Terdepan dan Terpercaya dalam Pelayanan di Indonesia”
2. Misi
  - 1) Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah.
  - 2) Memberi pelayanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi.
  - 3) Menjadi Bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan stakeholders untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif syumul).
  - 4) Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya.
  - 5) Menjadi perusahaan pilihan utama bagi professional perbankan syariah di Aceh.

#### **4.1.3 Aplikasi Action Mobile Banking**

Action *Mobile Banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah memperoleh informasi perbankan dan melakukan komunikasi serta transaksi perbankan melalui perangkat yang bersifat *Mobile* seperti telepon seluler/handphone menggunakan media menu pada aplikasi Action *Mobile Banking* dengan menggunakan media jaringan internet pada handphone

yang dikombinasikan dengan media *Short Message Service* (SMS), ketika nasabah ingin melakukan pembayaran atau transfer dan lain sebagainya, dapat melalui menu yang tersedia pada *Mobile Banking Action* secara praktis, mudah, cepat dan aman (Action Bank Aceh, 2020).

Aplikasi yang dapat diunduh secara gratis di *Appstore* maupun *Playstore* ini dilengkapi fitur transaksi yang ringkas dan nyaman sehingga tepat bagi yang memiliki mobilitas tinggi.

Para nasabah dapat melakukan registrasi mandiri pada aplikasi Action. Proses registrasi dan login Action *Mobile Banking* dapat langsung dilakukan melalui smartphone setelah mengunduh aplikasi Action Mobile Banking dari *Google Play Store*. Dengan alur sebagai berikut registrasi, login, dan membuat MPIN (*Mobile Banking PIN*).

Tahap pertama, registrasi merupakan proses verifikasi terhadap nomor handphone, nomor kartu ATM, dan PIN ATM sesuai dengan data nasabah yang terdaftar di sistem Bank Aceh. Apabila verifikasi data berhasil, kode OTP akan dikirimkan ke nomor handphone nasabah. Selanjutnya nasabah membuat username dan password sebagai pengenal untuk masuk kedalam aplikasi Action Mobile Banking.

Kedua, login terdiri atas username dan password yang sudah dibuat saat proses registrasi. Dan ketiga, membuat MPIN atau *Mobile Banking PIN* sebagai otorisasi pada saat nasabah

melakukan *approval* transaksi di Action. MPIN tidak boleh diketahui oleh orang lain termasuk pihak Bank Aceh.

Apabila terdapat kesulitan dalam melakukan proses registrasi maka dapat menghubungi *Contact Center* 1500845 atau mengunjungi Kantor Cabang atau Cabang Pembantu (Capem) atau Kas Bank Aceh terdekat.

Namun, ada beberapa catatan penting yang perlu diperhatikan nasabah, yaitu pastikan nomor handphone dan email yang digunakan dalam keadaan aktif dan sesuai dengan yang terdaftar di Bank. Silakan kunjungi *Customer Service* Bank apabila nasabah akan melakukan pengkinian data. Kemudian, selalu jaga kerahasiaan *username*, *password*, dan MPIN. Ini adalah kode pengaman untuk otorisasi transaksi finansial nasabah. Untuk informasi dan bantuan lebih lanjut, silakan menghubungi Contact Center 1500845.

#### **4.1.4 Fitur-Fitur dalam Aplikasi Action Mobile Banking**

Layanan kepada konsumen merupakan faktor utama dalam menjaga loyalitas pelanggan dan salah satu layanan konsumen yaitu fitur layanan, fitur layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan dalam melakukan transaksi secara online atau tidak. Upaya-upaya dalam meningkatkan kepercayaan disini merupakan kepercayaan pada kelengkapan fitur layanan yang terdapat pada Mobile Banking. Agar konsumen merasa puas dengan fitur layanan maka fitur tersebut harus mencakup kebutuhan para pengguna.

Fitur layanan adalah persepsi nasabah terhadap layanan yang disediakan Mobile Banking (Agustina, 2017).

*Mobile Banking* merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *Mobile Banking* meliputi:

- a. Transfer uang
- b. Informasi saldo
- c. Mutasi rekening
- d. Pembayaran (kartu kredit, PLN, listrik, pulsa, asuransi dll)
- e. Pembelian, dll.

Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk keamanan Transaksi *Mobile Banking* adalah sebagai berikut:

- a. Wajib Mengamankan PIN *Mobile Banking*
- b. Bebas membuat PIN Sendiri, jika merasa diketahui orang lain, segera Lakukan Penggantian PIN
- c. Apabila SIM Card GSM Anda hilang/dicuri/dipindah tangankan kepada pihak lain, segera beritahu bank Anda terdekat atau segera Telepon ke *Call Center* bank tersebut.

*Mobile Banking* merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para Nasabah terkhusus nasabah Bank Aceh Kota Banda Aceh. karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan handphone jenis apapun (Wahyu, 2017).

## 4.2 Hasil Analisis Deskriptif

### 4.2.1 Deskriptif Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah Pegawai Negeri Sipil (PNS) Di Dinas Kesehatan pengguna Action Bank Aceh Syariah Kota Banda Aceh. Adapun jumlah responden yang ditentukan sebagai sampel adalah sebanyak 54 responden dan peneliti mendapatkan 58 responden. Setiap responden diberi lembar kuesioner untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan. Semua kuesioner yang diisi oleh responden tidak ada yg rusak dan semua diisi secara lengkap oleh responden. Untuk mempermudah mengidentifikasi responden dalam penelitian ini, maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Data responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, usia dan sudah berapa lama menjadi nasabah Bank Aceh Syariah. Adapun gambaran karakteristik responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Karakteristik PNS Dinas Kesehatan yang Menggunakan Mobile Banking Action**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	36	62,06
2	Perempuan	22	37,04
	<b>Jumlah</b>	<b>58</b>	<b>100</b>
No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	21-30 tahun	10	17,24
2	31-40 tahun	20	35,71
3	41-50 tahun	28	47,05
	<b>Jumlah</b>	<b>58</b>	<b>100</b>
No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	D1 s/d D3	12	20,69

2	S1	31	53,44
3	Pasca (S2/S3)	15	25,87
	<b>Jumlah</b>	<b>58</b>	<b>100</b>
<b>No</b>	<b>Sudah Berapa Lama Menjadi Nasabah Bank Aceh Syariah</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
1	4-6 bulan	2	3,44
2	7-12 bulan	7	12,07
3	>1 tahun	49	84,49
	<b>Jumlah</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

Sumber: Data diolah (2023)

### 4.3 Statistik Deskriptif Variabel

Statistik deskriptif variabel memberikan gambaran atau deskripsi mengenai karakteristik data variabel yang digunakan dalam penelitian. Statistik deskriptif merujuk pada nilai rata-rata, standar deviasi, nilai minimal dan maksimal dari semua variabel penelitian ini yaitu pengetahuan (X1), Produk (X2), Layanan (X3), dan Minat (Y). Tabel 4.2 menunjukkan nilai deskriptif dari masing-masing variabel.

**Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Variabel**

Variabel	N	Minimum :	Maximum	Rata-Rata	Standar. Deviasi
Pengetahuan	58	6	10	8,79	1,072
Produk	58	14	25	20,88	2,061
Layanan	58	12	20	17,09	1,976
Minat	58	13	20	16,79	1,496

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, nilai minimum untuk pengetahuan adalah sebesar 6 dan nilai maksimumnya adalah 10, nilai rata-rata sebesar 8,79 dengan nilai standar deviasi sebesar 1,072. Untuk variabel produk nilai minimum yang didapat yaitu sebesar 14 dan nilai maksimumnya sebesar 25 dengan nilai rata-rata sebesar 20,88 serta standar deviasi sebesar 2,061. Selanjutnya



pada variabel layanan mendapatkan nilai minimum sebesar 12 dan nilai maksimum sebesar 20, dan nilai rata-ratanya sebesar 17,09 serta standar deviasi sebesar 1,976. Sedangkan untuk variabel minat didapatkan nilai minimumnya 13 dan nilai maksimum 20, dan nilai rata-rata sebesar 16,79 serta standar deviasi sebesar 1,496.

#### 4.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

##### 4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji untuk melihat valid atau tidaknya kuesioner yang telah kita lampirkan. Pernyataan dinyatakan valid jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel atau nilai  $p$ -value lebih kecil dari alpha 5%. Nilai  $r$  tabel dalam penelitian ini diperoleh dari  $df = N-2 = 58-2 = 56$  pada uji dua arah yaitu 0,2586. Uji validitas dalam penelitian dilakukan dengan bantuan software IBM SPSS v.26. hasil mengenai uji validitas dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut.

**Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Faktor Pengetahuan (X1)**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X1.1	.889	0,2586	Valid
X1.2	.924		Valid

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa 2 item pernyataan pada variabel pengetahuan (X1) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan nilai  $r$  tabel yaitu 0,2586. Maka 2 item pernyataan diatas dinyatakan valid.

**Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Faktor Produk (X2)**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X2.1	.730	0,2586	Valid

X2.2	.740		Valid
X2.3	.449		Valid
X2.4	.652		Valid
X2.5	.640		Valid

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa 5 item pernyataan pada variabel produk (X2) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan nilai  $r$  tabel yaitu 0,2586. Maka 5 item pernyataan diatas dinyatakan valid.

**Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Faktor Layanan (X3)**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X3.1	.802	0,2586	Valid
X3.2	.808		Valid
X3.3	.881		Valid
X3.4	.858		Valid

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa 4 item pernyataan pada variabel layanan (X3) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan nilai  $r$  tabel yaitu 0,2586. Maka 4 item pernyataan diatas dinyatakan valid.

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

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X3.1	.633	0,2586	Valid
X3.2	.681		Valid
X3.3	.448		Valid
X3.4	.593		Valid

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa 4 item pernyataan pada variabel minat (Y) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan nilai  $r$  tabel yaitu 0,2586. Maka 4 item pernyataan diatas dinyatakan valid.

#### 4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pernyataan selalu konsisten.

Untuk mengetahui reliabel atau tidak suatu variabel dilakukan uji statistik dengan melihat nilai cronbach alpha, yaitu apabila coefficient cronbach's alpha  $> 0,6$  maka suatu variabel dikatakan handal atau reliabel. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan software IBM SPSS v.26.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Minimal	Keterangan
Pengetahuan (X1)	0,777	0,60	Handal
Produk (X2)	0,608	0,60	Handal
Layanan (Y)	0,857	0,60	Handal
Minat (Y)	0,719	0,60	Handal

Sumber: data diolah (2023)

Dari tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa *Cronbach's Alpha* variabel kualitas layanan (X1) sebesar 0,956, variabel *brand image* (X2) sebesar 0,936, dan variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,936. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel  $> 0,6$  maka dapat disimpulkan seluruh variabel yang diteliti sudah handal atau reliabel.

#### 4.5 Uji Asumsi Klasik

##### 4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, nilai residu dari regresi mempunyai

distribusi yang normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji *Skewness* dan *Kurtosis*. Dasar pengambilan keputusannya adalah apabila rasio *skewness* dan *kurtosis* diantara -2 sampai 2 maka data distribusi normal. Sedangkan jika rasio *skewness* dan *kurtosis* tidak berada diantara -2 sampai 2 maka datanya tidak terdistribusi secara normal.

**Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas**

Skewness		Kurtosis	
Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
-0.129	0.314	-0.065	0.618

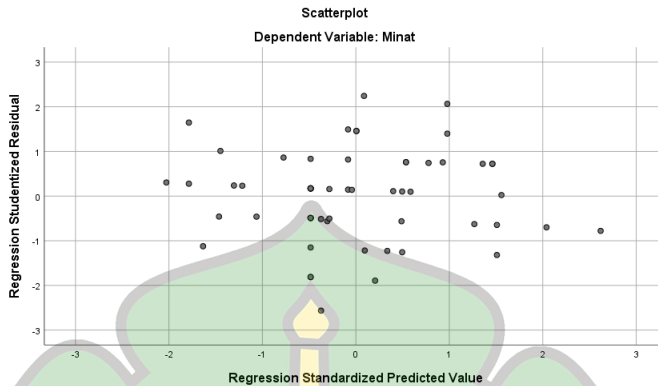
Sumber: data diolah (2023)

Pada tabel 4.8 menunjukkan hasil uji *Skewness-Kurtosis test* memiliki nilai sebagai berikut, nilai *skewness* / Std. Error =  $-0,129/0,314 = -0,410$ . Sedangkan nilai *kurtosis* / Std. Error =  $-0,065 : 0,618 = -0,105$ . Sehingga dapat di asumsikan bahwa normalitas dalam uji *Skewness-Kurtosis test* terpenuhi karena berada pada rentang -2 sampai 2 dengan rasio *skewness* -0,410 sedangkan rasio *kurtosis* -0,105.

#### 4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan. Sebuah model regresi yang tidak baik adalah yang tidak memiliki gejala heteroskedastisitas.

**Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)**



Sumber: hasil output SPSS V.26

Berdasarkan gambar hasil uji heteroskedastisitas dengan *scatterplot* dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah atau sekitar nol. Selain itu, penyebaran titik-titik tersebut rata artinya tidak mengumpul pada satu bagian saja. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### 4.5.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila untuk semua variabel independen nilai VIF < 10 atau tolerance > 0,10, maka H0 diterima, hasil perhitungan VIF dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF
Pengetahuan	.539	1.854
Produk	.341	2.936
Layanan	.336	2.980

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, menunjukkan bahwa semua nilai VIF dari masing-masing variabel < 10 dan tolerance > 0,10 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi kasus multikolinieritas.

#### 4.5.4 Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengetahuan, produk, dan layanan terhadap minat penggunaan nasabah. Uji ini juga digunakan untuk mencari pola hubungan antara variabel terikat (*dependent*) dengan variabel bebas (*independent*). Hasil pengolahan data pada uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut.

**Tabel 4.10 Uji Regresi Linier Sederhana**

Variabel	B
(Constant)	16.690
Pengetahuan	.141
Produk	-.032
Layanan	-.027
a. Dependent Variable: Minat	

Sumber: data diolah (2023)

Dari hasil perhitungan statistik dengan menggunakan bantuan program SPSS seperti terlihat pada Tabel 4.9 di atas, maka diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut.

$$Y = 16,690 + 0,141X_1 + -0,032X_2 + -0,027X_3 + e$$

Dari persamaan regresi di atas dapat diketahui hasil penelitian sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 16,690, artinya jika pengetahuan, produk, dan layanan *Action Mobile Banking* diasumsikan 0 maka minat nasabah Dinas Kesehatan di Kota Banda Aceh adalah sebesar 16,690 pada skala Likert.
2. Apabila variabel Pengetahuan (X1) mengalami kenaikan 1 skor secara relatif akan menyebabkan kenaikan variabel minat (Y) sebesar 0,141 atau 14,1% dengan asumsi variabel pengetahuan (X1) dianggap konstan.
3. Apabila variabel produk (X1) mengalami penurunan 1 skor secara relatif akan menyebabkan penurunan variabel minat (Y) sebesar -0,032 atau -3,20% dengan asumsi variabel produk (X2) dianggap konstan.
4. Apabila variabel layanan (X3) mengalami penurunan 1 skor secara relatif akan menyebabkan penurunan variabel minat (Y) sebesar -0,027 atau -2,70% dengan asumsi variabel layanan (X3) dianggap konstan.

#### 4.6 Pengujian Hipotesis

##### 4.6.1 Uji T (Parsial)

Uji ini digunakan untuk melihat pengaruh tiap-tiap variabel independen secara terpisah atau sendiri-sendiri terhadap variabel dependennya. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS v.26.

**Tabel 4.11 Hasil Uji t (Uji Parsial)**

Variabel	t	Sig.
Pengetahuan	3.459	.000
Produk	2.716	.023
Layanan	5.944	.008

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: data diolah (2023)

Nilai t-tabel dalam penelitian ini ditentukan dari distribusi t tabel pada uji dua arah dengan  $df = N-2 = 56$ . Sehingga dapat diambil nilai t-tabel yaitu 2,003. Berdasarkan tabel 4.10 diatas, dapat disimpulkan bahwa hasil uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Diketahui nilai signifikan untuk pengetahuan terhadap minat penggunaan adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $3,459 > 2,003$ , dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat penggunaan.
- 2) Diketahui nilai signifikan untuk produk terhadap minat penggunaan adalah sebesar  $0,023 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2.716 > 2,003$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh produk terhadap minat penggunaan.
- 3) Diketahui nilai signifikan untuk layanan terhadap minat penggunaan adalah sebesar  $0,000 < 0,08$  dan nilai t hitung  $5.944 > 2,003$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh layanan terhadap minat penggunaan.

#### 4.6.2 Uji F (Simultan) - R A N I R Y

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS v.26.

**Tabel 4.12 Hasil Uji F (Uji Simultan)**

Model	F	Sig.
Layanan, Pengetahuan, Produk a. Dependent Variable: Minat	48.654	0.001

Sumber: data diolah (2023)



Nilai f-tabel diperoleh dari distribusi f-tabel dengan melihat df untuk penyebut yaitu  $N-2 = 58-2 = 56$  dan df pembilang yaitu  $K-1$  atau jumlah variabel dikurang dengan 1 yang artinya pada penelitian ini terdapat 4 variabel yang jika dikurang 1 hasilnya menjadi 3 untuk pembilang pada distribusi f-tabel sehingga f-tabel pada penelitian ini yaitu 2,77. Dari tabel 4.11 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikan untuk pengetahuan, produk, dan layanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai f hitung  $48,654 > 2,77$ , sehingga dapat disimpulkan pengetahuan, produk, dan layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

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

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antar variabel independen yaitu pengetahuan (X1), produk (X2), dan layanan (X3) dengan variabel dependen Minat Penggunaan (Y) atau sejauh mana kontribusi variabel independen memengaruhi variabel dependen.

**Tabel 4.13 Hasil Uji Determinasi**

Variabel	R Square
Pengetahuan, Produk, Layanan	0.652
Dependent Variable: Minat	

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, nilai *R Square* sebesar 0,652 atau 65,2%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, produk, dan layanan hanya mampu menjelaskan minat penggunaan

sebesar 65,2%, sedangkan 34,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dicantumkan dalam penelitian ini.

## **4.7 Pembahasan Hasil Penelitian**

### **4.7.1 Pengaruh Faktor Pengetahuan Terhadap Minat**

#### **Penggunaan Mobile Banking**

Berdasarkan uji t pada tabel 4.10, maka diperoleh hasil dari pengujian hipotesis yaitu pengetahuan memperoleh nilai yang signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $3,459 > 2,003$  sehingga  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking Action. Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan yaitu sebesar 0,141. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara pengetahuan dengan minat penggunaan mobile banking Action. Jika pengetahuan tentang mobile banking Action ditingkatkan maka minat penggunaan mobile banking Action pun akan ikut meningkat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Prihanto dan Yuhani (2021) tentang pengaruh pengetahuan terhadap efektivitas penerapan mobile banking, ia menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap efektivitas penerapan mobile banking. Prihanto dan Yuhani membuktikan bahwa faktor pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap efektivitas penerapan mobile banking sehingga jika hal tersebut efektif maka nasabah akan berminat untuk menggunakan mobile banking Action. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi

pengetahuan seorang nasabah terkait mobile banking, maka minatnya dalam menggunakan mobile banking tersebut juga meningkat.

Pengetahuan merupakan salah satu faktor penting bagi nasabah yang dapat berpengaruh dalam penggunaan mobile banking. Semakin mengetahui tentang mobile banking tersebut, maka minat juga semakin meningkat. dengan adanya pengetahuan tentunya minat dan keinginan nasabah untuk menggunakan produk jasa Bank Aceh Syariah tersebut. Pengetahuan akan sebuah produk jasa tentunya memberikan nilai tersendiri terhadap penggunaan suatu produk.

#### **4.7.2 Pengaruh Faktor Produk Terhadap Minat Penggunaan**

##### **Mobile Banking**

Berdasarkan uji t pada tabel 4.10, maka diperoleh hasil dari pengujian hipotesis yaitu pengetahuan memperoleh nilai yang signifikan sebesar  $0,023 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,716 > 2,003$  sehingga  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking Action. Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan yaitu sebesar -0.032. Nilai koefisien negatif menunjukkan adanya hubungan yang berbeda arah antara produk dengan minat penggunaan mobile banking Action. Jika produk mobile banking Action menurun maka minat penggunaan mobile banking Action meningkat. Dengan pengaruh negatif yang didapatkan dari hasil penelitian tersebut maka pihak Bank Aceh Syariah harus lebih meningkatkan lagi

produk pada Bank Aceh syariah tersebut agar sejalan dengan minat yang juga terus meningkat. Meningkatnya minat nasabah untuk terus menggunakan action mobile banking walaupun produk tidak meningkat (menurun) dikarenakan ada salah satu fitur pada action mobile banking yang berfungsi untuk kebutuhan sehari-hari. Produk yang belum sesuai kebutuhan atau keinginan nasabah seperti pada aplikasi mobile banking Action yang belum lengkap fiturnya merupakan salah satu alasan variabel produk pada penelitian ini berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan Action Mobile Banking pada nasabah Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pratama, dkk (2019), kunci utama diterimanya suatu produk jasa adalah kenyamanan pada saat menggunakan produk tersebut. Pihak bank harus memberikan produk yang bagus dan berkualitas kepada nasabah terutama pada produk layanan mobile banking Action. Karena, jika produk ditingkatkan maka minat nasabah dalam menggunakan mobile banking Action juga meningkat. Seorang nasabah yang merasa nyaman menggunakan aplikasi mobile banking cenderung akan terus menggunakan layanan tersebut ketika akan bertransaksi.

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan pada pasar baik produk nyata maupun produk tidak nyata (jasa) sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Pihak pengelola Bank Aceh Syariah terus berupaya melakukan pemasaran produknya salah

satunya melalui media massa yang efektif, sehingga dengan adanya informasi tersebut, minat nasabah akan produk jasa tersebut memiliki nilai positif dan nasabah akan lebih mempunyai keinginan besar untuk menggunakan produk jasa tersebut.

#### **4.7.3 Pengaruh Faktor Layanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking**

Berdasarkan uji t pada tabel 4.10, maka diperoleh hasil dari pengujian hipotesis yaitu layanan memperoleh nilai yang signifikan sebesar  $0,008 < 0,05$  dan nilai t hitung  $5,944 > 2,003$  sehingga  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa layanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking Action. Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan yaitu sebesar  $-0,027$ . Nilai koefisien negatif menunjukkan adanya hubungan yang berbeda arah antara layanan dengan minat penggunaan mobile banking Action. Jika layanan mobile banking Action menurun maka minat penggunaan mobile banking Action meningkat. Pengaruh negatif yang didapatkan dari jawaban responden dikarenakan layanan yang masih kurang atau menurun dari fitur action mobile banking yang masih kurang aman menurut beberapa nasabah. Hal ini menjadi masukan kepada Bank Aceh Syariah untuk terus meningkatkan layanannya agar sejalan dengan minat penggunaan yang terus meningkat. Walaupun layanan yang diberikan belum meningkat, minat nasabah terus meningkat karena kebutuhannya sehari-hari masih harus menggunakan layanan action

mobile banking walaupun keamanannya masih kurang, dan lain sebagainya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rizka dan Wardhana (2018) terkait pengaruh kualitas layanan mobile banking Bank Syariah Mandiri terhadap kepuasan nasabah, yang hasil penelitiannya mengatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri. Hal serupa juga dengan penelitian Harish (2017) menunjukkan bahwa kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan pihak bank, terutama layanan mobile banking Action tersebut, maka minatnya dalam menggunakan mobile banking tersebut juga meningkat.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan Mobile Banking adalah karena kemudahan dan manfaat yang diberikan oleh layanan Mobile Banking, karena kenyamanan dan keamanan yang diberikan sehingga nasabah tidak ragu untuk menggunakan Mobile Banking (Wulandari, 2018). Sharma (2019) juga mengemukakan bahwa faktor pelayanan yang dirasakan pengguna *mobile banking* seperti faktor kualitas yang terus dikembangkan (*Service Quality*) membuat hubungan semakin kuat terhadap adanya minat untuk tetap menggunakan *mobile banking* (*Intention to Use*).

#### **4.7.4 Pengaruh Faktor Pengetahuan, Produk, dan Layanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking**

Berdasarkan uji  $f$  pada tabel 4.11, maka diperoleh hasil dari pengujian hipotesis yaitu pengetahuan, produk, dan layanan memperoleh nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $f$  hitung  $48,654 > 3,16$  sehingga  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan, produk, dan layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking Action.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Intan Kamila (2017) diperoleh hasil penelitian bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian jika kualitas *mobile banking* semakin ditingkatkan, maka kepuasan nasabah akan semakin banyak atau besar sehingga penggunaan mobile banking Action juga meningkat. Oleh karena itu, pengetahuan, produk, dan layanan secara bersama-sama mempengaruhi faktor-faktor minat penggunaan mobile banking, khususnya mobile banking Action seperti objek penelitian pada penelitian ini.

Pengetahuan, produk, dan layanan memiliki hubungan yang erat. Pengetahuan nasabah akan suatu produk yang disediakan oleh pihak bank yang didalam produk tersebut diberikan layanan yang sesuai kebutuhan nasabah merupakan faktor-faktor yang berpengaruh secara bersamaan terhadap minat nasabah dalam

menggunakan layanan PT Bank Aceh Syariah yaitu Mobile Banking Action.





## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang sudah diperoleh, maka dapat ditarik kesimpulan dari rumusan masalah, yaitu sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking Action. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil uji t yang sudah dilakukan dan memperoleh nilai yang signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $3.459 > 1,672$  sehingga  $H_{01}$  ditolak. Berdasarkan uji regresi linear berganda, variabel kualitas layanan memperoleh nilai koefisien sebesar 0,141 atau 14,7%. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking Action.
- 2) Produk berpengaruh negatif signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking Action. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil uji t yang sudah dilakukan dan memperoleh nilai yang signifikan sebesar  $0,023 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2.716 > 1,672$  sehingga  $H_{02}$  ditolak. Berdasarkan uji regresi linear berganda, variabel produk memperoleh nilai koefisien sebesar -0,032 atau -32%. Jadi dapat disimpulkan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking Action.

- 3) Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking Action. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil uji t yang sudah dilakukan dan memperoleh nilai yang signifikan sebesar  $0,008 < 0,05$  dan nilai t hitung  $5,944 > 1,672$  sehingga  $H_{03}$  ditolak. Berdasarkan uji regresi linear berganda, variabel kualitas layanan memperoleh nilai koefisien sebesar  $-0,027$  atau  $-27\%$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa layanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking Action.
- 4) Pengetahuan, produk, dan layanan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking Action. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil uji f yang sudah dilakukan dan memperoleh nilai yang signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai f hitung  $48,654 > 3,16$  sehingga  $H_{04}$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan, produk, dan layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran Bagi Teoritis Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan terhadap layanan *mobile banking* Action, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan

ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

## 2. Saran Bagi Praktis

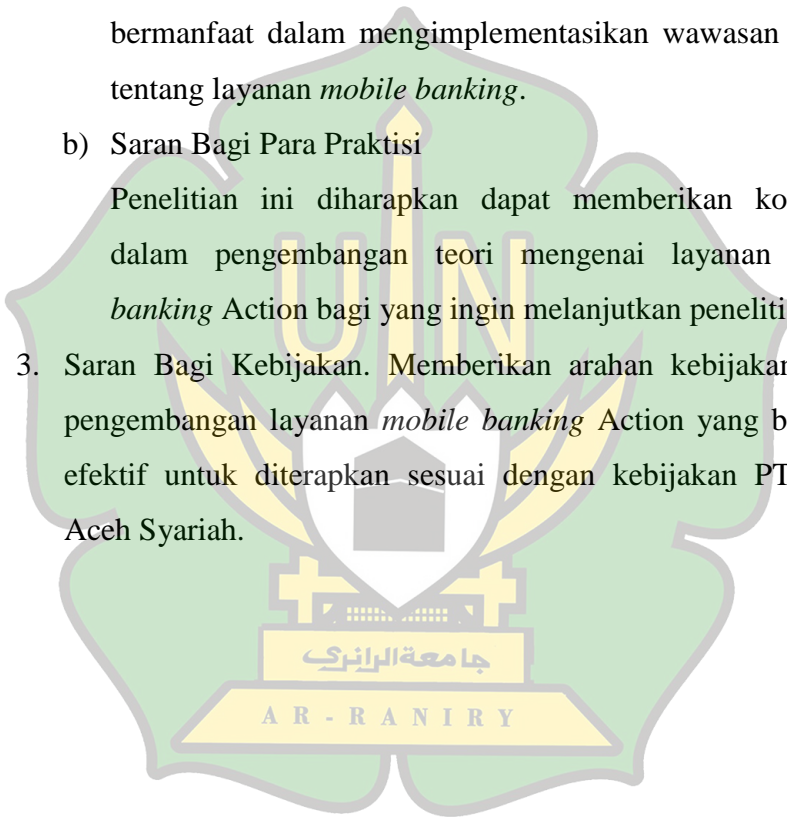
### a) Saran Bagi Praktisi Terkait

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan wawasan penulis tentang layanan *mobile banking*.

### b) Saran Bagi Para Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai layanan *mobile banking* Action bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini.

## 3. Saran Bagi Kebijakan. Memberikan arahan kebijakan untuk pengembangan layanan *mobile banking* Action yang baik dan efektif untuk diterapkan sesuai dengan kebijakan PT. Bank Aceh Syariah.



## Daftar Pustaka

- Agung, A.P. (2012). Metodologi Penelitian Bisnis. Malang: UB Press.
- Action Bank Aceh, (2020).
- Arif, M. Nur Rianto Al. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arianto W, Ronni (2017). *Be A Moslempreneur*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Andi. Wulansari, Andhita Dessy (2016). *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Felicha .
- Bhatt, Amola. (2016) . Factoring Affecting Customers Adoption Of Mobile Banking Services. *Journal Of Internet And Commerce*.
- Banking Bank Syariah Mandiri Terhadap Kepuasan Nasabah.” *E-Proceeding of Management*. Vol. 5. No. 2. 2018.
- Dwitya Pratiwi (2018). "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan Mobile Banking pada PT. Bank syariah mandiri lubuk pakam, Fakkultas ekonomi dan bisnis islam Uin Sumatera Utara
- Erfi, S. F. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna E-Wallet (Electronic Wallet) Sebagai Alat Transaksi Terhadap Mahasiswa Di Yogyakarta (Studi Kasus : (Mahasiswa Pengguna Layanan E-Wallet OVO Di

- Yogyakarta). Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Indonesia.
- Hastuti, Rizka dan Aditya Wardhana, (2018). Kualitas Layanan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri Terhadap Kepuasan Nasabah.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Robert. (2016). Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R. Jakarta: Kencana
- Linlin Soraya. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses portal Media Jakarta Smart City. *Jurnal Komunikasi*. Volume 1,hal 12.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). Pemasaran Jasa. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Mario Ladesman. (2018). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam , Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Mislah Hayati Nasution, Sutisna. (2015). Faktor Faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap *internet banking*. Vol. 1. No. 1. 2015

- Nurdin, Dkk (2020), Pengaruh pelayanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah (studi pada mahasiswa perbankan syariah IAIN palu) , Jurnal ilmu perbankan dan keuangan syariah Vol.2 No.1
- Nursiah, Muh. Ferils, Jamaludin Kamarudin (2022). Jurnal Akuntansi dan Keuangan Analisis minat menggunakan mobile banking. Universitas Muhammadiyah Mamuju.
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Zifatama Publishing.
- Putri Apriliana. (2022). Persepsi Aparatur Sipil Negara(ASN) terhadap penggunaan jasa bank syariah (studi kasus pada pegawai kantor kementerian agama provinsi sumatera utara). Vol. 1. No. 4.
- Riduwan. (2011). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rudi Hartono. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
- Rangkuti, Freddy. *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.

- Rustanti, v,(2015). pengaruh kualitas dan harga terhadap niat beli ulang dengan kepuasan pelanggan . Vol.6 No.4 jurnal EMBA
- Seiko. (2022). Faktor yang Mempengaruhi untuk menggunakan *Mobile Banking* dari Internet Banking terhadap penggunaan konsumen perbankan di Indonesia" . Vol. 5. No. 1.
- Siregar, Syofian. (2017). Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sitinjak, Tony, dkk. (2004). *Model Matriks Konsumen untuk Menciptakan Superior Customer Value*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siti Jamidan. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Internet Banking. Skripsi. Fakultas Ekonomi Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia.
- Shinta, Agustina (2011). Manajemen Pemasaran.
- Sugiyono. (2015) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. (2015). Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Pers.
- Suryani dan Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Bisnis*. Jakarta: Kencana.

- Suryani, Tatik. (2017). *Manajemen Strategik Bank di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Syamsul Hadi & Novi (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*. 5 (1), 55.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: www.bankaceh.co.id
- Yusmad, Muammar Arafat. (2018). *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.





## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Angket Penelitian

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Dengan Hormat, Bapak/Ibu/Saudara/I yang saya hormati sehubungan dengan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi, yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pegawai Negeri Sipil (PNS) Pada Penggunaan Action Mobile Banking (Studi Pada Kantor Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh), saya:

Nama : Siti Elvira Aisyha

NIM : 190603097

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Bermaksud untuk memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengisi angket ini menjadi bantuan yang sangat berarti bagi saya untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini. Saya menjamin kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I berikan dan hasilnya akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas kesediaan waktunya dari Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengisi angket ini saya ucapkan terimakasih banyak.

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

Hormat Saya,

Siti Elvira Aisyha

## IDENTITAS RESPONDEN

### CARA PENGISIAN ANGKET

Ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi oleh para responden adalah sebagai berikut:

1. PNS yang sedang atau pernah menjadi nasabah Bank Aceh kota Banda Aceh
2. PNS pada kantor Dinas Kesehatan kota Banda Aceh
3. PNS yang pernah memakai aplikasi Action *Mobile Banking*

Berikan tanggapan anda terhadap pertanyaan-pertanyaan atau uraian dibawah ini sesuai dengan petunjuk.

#### **Bagian pertama:**

Petunjuk: pilihlah satu atau jawaban yang sesuai dengan anda, dengan memberikan tanda check (√).

1. Jenis Kelamin  
 Laki-laki  Perempuan
2. Usia responden  
 21-30 tahun  31- 40 tahun  
 41-50 tahun
3. Pendidikan terakhir  
 D1 s/d D3  S1  
 Pasca (S2/S3)

4. Sudah berapa lama menjadi nasabah Bank Aceh Syariah kota Banda Aceh

4-6 bulan

7-12 bulan

> 1 tahun

**Bagian kedua:**

Petunjuk: Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda *check* (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Saudara.

Penilaian dapat dilakukan berdasarkan skala berikut ini:

Mulai dari skala 1 sampai dengan 5 semakin besar angka yang anda pilih semakin puas, dan sebaliknya.

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

**A. Faktor Pengetahuan**

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Saya mengetahui alikasi Action Mobile Banking Bank Aceh Syariah					
2	Saya mengetahui fitur apa saja yang terdapat pada aplikasi Action Bank Aceh Syariah					

## B. Faktor Produk

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Saya merasa produk yang ada di Action Mobile Banking mempermudah sesuai kebutuhan					
2	Saya puas menggunakan fitur-fitur produk pada Action Mobile Banking					
3	Fitur pada Action Mobile sudah lengkap sesuai kebutuhan nasabah					
4	Saya menggunakan Action Mobile Banking setiap saat bertransaksi					
5	Tampilan pada Action Mobile sudah cukup bagus					

## C. Faktor Layanan

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Layanan pada Action Mobile dapat diakses dengan cepat ( Efisiensi )					
2	Layanan pada aplikasi Action Mobile Banking membuat saya mudah melakukan transaksi					
3	Saya merasa puas terhadap layanan yang diberikan pada saat mengakses aplikasi Action Mobile Banking					
4	Memberikan layanan sesuai, akurat dan terpercaya sehingga terjaga privasi nasabah pada saat melakukan transaksi					

## D. Minat

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Saya berminat menggunakan Action mobile banking setelah mengetahui kemudahan menggunakannya					
2	Saya berminat merekomendasikan action mobile banking kepada orang lain					
3	Saya selalu menggunakan layanan action mobile banking secara berulang					
4	Saya berminat menggunakan Action mobile karena terpercaya dan tidak					

	disalahgunakan oleh orang lain					
--	--------------------------------	--	--	--	--	--

## Lampiran 2

**Tabulasi Data Hasil Pengisian Angket 58 Responden  
Tabel Angket Pengetahuan (X1)**

No.	Pengetahuan		Total
	P1	P2	
1	4	4	8
2	4	4	8
3	5	4	9
4	5	4	9
5	5	5	10
6	4	4	8
7	4	4	8
8	4	4	8
9	5	5	10
10	4	4	8
11	5	5	10
12	4	4	8
13	5	5	10
14	4	4	8
15	4	4	8
16	5	5	10
17	4	4	8
18	4	4	8
19	4	4	8
20	4	4	8
21	5	5	10
22	5	5	10
23	5	5	10
24	5	5	10
25	4	4	8
26	5	4	9
27	5	5	10
28	5	4	9
29	4	4	8
30	5	5	10
31	4	2	6
32	5	5	10
33	5	4	9
34	4	4	8

35	5	4	9
36	5	5	10
37	4	4	8
38	5	4	9
39	5	4	9
40	4	4	8
41	4	4	8
42	4	3	7
43	4	3	7
44	3	3	6
45	5	5	10
46	5	5	10
47	4	4	8
48	5	5	10
49	4	4	8
50	5	4	9
51	5	5	10
52	5	5	10
53	4	5	9
54	5	4	9
55	5	5	10
56	5	5	10
57	5	4	9
58	4	4	8

**Tabel Angket Produk (X2)**

No.	Produk					Total
	P1	P2	P3	P4	P5	
1	4	3	4	5	4	20
2	5	4	4	4	4	22
3	5	4	4	4	4	21
4	3	4	4	4	4	19
5	5	5	5	5	5	25
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	4	20
9	5	5	4	4	4	22
10	5	5	4	4	4	22
11	5	5	5	5	5	25
12	4	4	4	4	4	20
13	5	4	5	4	5	23
14	4	4	4	4	4	20

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

58	4	5	5	4	4	22
----	---	---	---	---	---	----

**Tabel Angket Layanan (X3)**

No.	Layanan				Total
	P1	P2	P2	P3	
1	5	5	5	5	20
2	5	4	5	5	19
3	5	4	4	5	18
4	5	5	4	4	18
5	5	5	5	5	20
6	4	4	4	4	16
7	4	4	4	4	16
8	4	4	4	4	16
9	5	4	4	5	18
10	5	5	5	4	19
11	5	5	5	5	20
12	4	4	4	4	16
13	5	5	5	5	20
14	4	4	4	4	16
15	4	4	4	4	16
16	5	4	4	4	17
17	5	5	5	5	20
18	4	4	4	4	16
19	4	4	4	4	16
20	4	4	4	4	16
21	5	5	5	5	20
22	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20
24	5	3	5	5	18
25	4	4	4	4	16
26	4	4	4	4	16
27	5	5	5	5	20
28	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	16
30	4	4	4	4	16
31	3	3	3	3	12
32	4	4	4	5	17
33	4	5	4	4	17
34	4	4	4	4	16
35	5	5	5	5	20
36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	16



38	5	4	4	3	16
39	4	5	4	5	18
40	4	4	3	4	15
41	4	4	4	4	16
42	3	4	4	4	15
43	3	3	3	3	12
44	3	3	3	3	12
45	4	4	4	4	16
46	4	5	4	5	18
47	4	4	4	4	16
48	4	4	4	4	16
49	4	4	4	4	16
50	4	5	4	5	18
51	4	5	4	5	18
52	3	5	5	4	17
53	4	4	5	5	18
54	5	4	4	4	17
55	4	4	5	5	18
56	5	5	5	5	20
57	4	4	4	5	17
58	5	4	4	4	17

**Tabel Angket Minat (Y)**

No.	Minat				Total
	P1	P2	P2	P3	
1	5	5	4	4	18
2	4	4	5	4	17
3	5	5	5	4	19
4	4	4	5	4	17
5	3	3	4	3	13
6	4	4	3	4	15
7	5	4	3	5	17
8	4	4	4	4	16
9	5	5	5	5	20
10	5	5	4	5	19
11	4	4	3	5	16
12	4	4	4	4	16
13	4	4	3	3	14
14	4	5	4	4	17
15	5	4	4	4	17
16	3	4	4	4	15
17	5	4	4	4	17
18	4	4	5	5	18

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

### Lampiran 3

#### Statistik Deskriptif Variabel

Variabel	N	Minimum	Maximum	Rata-Rata	Standar. Deviasi
Pengetahuan	58	6	10	8,79	1,072
Produk	58	14	25	20,88	2,061
Layanan	58	12	20	17,09	1,976
Minat	58	13	20	16,79	1,496

### Lampiran 4

#### Uji Validitas Uji Validitas Pengetahuan (X1) Correlations

		X1.1	X1.2	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.645**	.889**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	58	58	58
X1.2	Pearson Correlation	.645**	1	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	58	58	58
TOTAL	Pearson Correlation	.889**	.924**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	58	58	58

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

#### Uji Validitas Produk (X2) Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.497**	.124	-.397**	.395**	.730**
	Sig. (2-tailed)		.000	.355	.002	.002	.000
	N	58	58	58	58	58	58
X2.2	Pearson Correlation	.497**	1	.155	.368**	.424**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000		.245	.004	.001	.000
	N	58	58	58	58	58	58
X2.3	Pearson Correlation	.124	.155	1	-.068	-.032	.449**
	Sig. (2-tailed)	.355	.245		.612	.813	.000
	N	58	58	58	58	58	58
X2.4	Pearson Correlation	.397**	.368**	-.068	1	.448**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.002	.004	.612		.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58
X2.5	Pearson Correlation	.395**	.424**	-.032	.448**	1	.640**

	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.813	.000		.000
	N	58	58	58	58	58	58
TOTAL	Pearson Correlation	.730**	.740**	.449**	.652**	.640**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	58	58	58	58	58	58

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

### Uji Validitas Layanan (X3) Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.485**	.628**	.555**	.802**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58
X3.2	Pearson Correlation	.485**	1	.626**	.606**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58
X3.3	Pearson Correlation	.628**	.626**	1	.709**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	58	58	58	58	58
X3.4	Pearson Correlation	.555**	.606**	.709**	1	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	58	58	58	58	58
TOTAL	Pearson Correlation	.802**	.808**	.881**	.858**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	58	58	58	58	58

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

### Uji Validitas Minat (Y) Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.172	.045	.157	.633**
	Sig. (2-tailed)		.196	.737	.240	.000
	N	58	58	58	58	58
Y2	Pearson Correlation	.172	1	.168	.354**	.681**
	Sig. (2-tailed)	.196		.208	.006	.000
	N	58	58	58	58	58
Y3	Pearson Correlation	.045	.168	1	-.110	.448**
	Sig. (2-tailed)	.737	.208		.410	.000
	N	58	58	58	58	58
Y4	Pearson Correlation	.157	.354**	-.110	1	.593**
	Sig. (2-tailed)	.240	.006	.410		.000
	N	58	58	58	58	58

TOTAL	Pearson Correlation	.633**	.681**	.448**	.593**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	58	58	58	58	58

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

## Lampiran 5

### Uji Reliabilitas Uji Reliabilitas Pengetahuan (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.777	2

### Uji Reliabilitas Produk (X2)

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.608	5

### Uji Reliabilitas Layanan (X3)

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.857	4

### Uji Reliabilitas Minat (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.719	4

## Lampiran 6

### Uji Normalitas

Descriptive Statistics						
	N	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	58	1.49155067	-.129	.314	-.065	.618
Valid N (listwise)	58					

## Lampiran 7

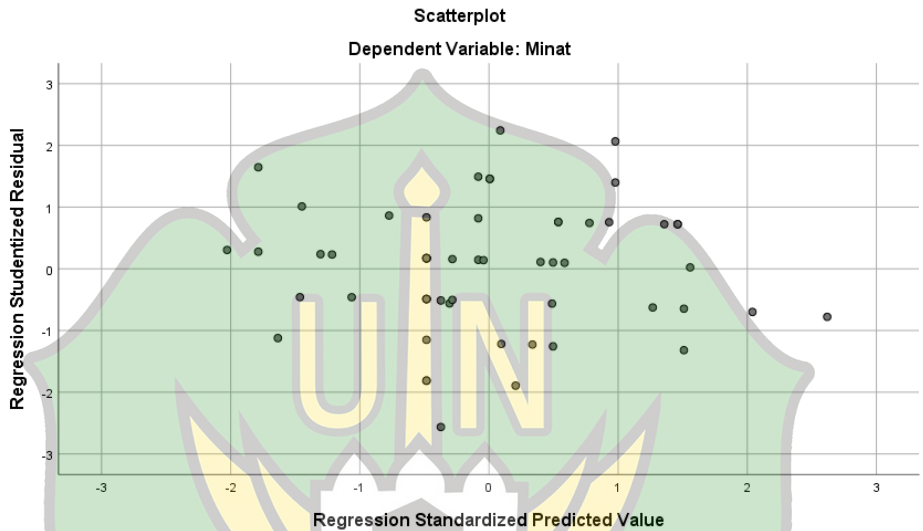
### Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	16.690	2.117		7.885	.000		
Pengetahuan	.141	.258	.101	3.459	.000	.539	1.854
Produk	-.032	.169	-.044	2.716	.023	.341	2.936
Layanan	-.027	.177	-.036	5.944	.008	.336	2.980

a. Dependent Variable: Minat

## Lampiran 8

### Uji Heteroskedastisitas Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas (*Scatterplot*)



## Lampiran 9

### Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.690	2.117		7.885	.000
	Pengetahuan	.141	.258	.101	3.459	.000
	Produk	-.032	.169	-.044	2.716	.023
	Layanan	-.027	.177	-.036	5.944	.008

a. Dependent Variable: Minat

## Lampiran 10

### Pengujian Hipotesis Uji T (Uji Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	16.690	2.117		7.885	.000
	Pengetahuan	.141	.258	.101	3.459	.000
	Produk	-.032	.169	-.044	2.716	.023
	Layanan	-.027	.177	-.036	5.944	.008
a. Dependent Variable: Minat						

### Uji F (Uji Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	134.956	3	231.236	48.654	.001 <sup>b</sup>
	Residual	126.809	54	2.348		
	Total	261.765	57			
a. Dependent Variable: Minat						
b. Predictors: (Constant), Layanan, Pengetahuan, Produk						

### Uji Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.075 <sup>a</sup>	.652	.348	1.532
a. Predictors: (Constant), Layanan, Pengetahuan, Produk				
b. Dependent Variable: Minat				