

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI NASABAH TERHADAP MINAT
BERINFAK MELALUI FITUR BSI MASLAHAT
DI KOTA BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**IKA SUSI LESTARI
NIM: 220603083**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2026 M / 1447 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Ika Susi Lestari
NIM : 220603083
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan pemanipulasian 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, 4 Mei 2026

Yang Menyatakan



Handwritten signature of Ika Susi Lestari.

(Ika Susi Lestari)

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI NASABAH TERHADAP MINAT BERINFRAK MELALUI FITUR BSI MASLAHAT DI KOTA BANDA ACEH

Disusun Oleh:

Ika Susi Lestari
NIM: 220603083

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

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. Azharsyah, S.E., Ak., M.S.O.M.
NIP. 197811122005011003

Teuku Syifa Fadriha Nanda, S.E., M.Acc., Ak
NIP. 198511222023211015

جامعة الرانيري

A R - Mengetahui, R Y
Ketua Prodi,

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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI
Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Minat Berinfak Melalui
Fitur BSI Maslahat Di Kota Banda Aceh

Ika Susi Lestari
NIM: 220603083

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

Pada Hari/Tanggal: Senin, 27 April 2026
9 Dzulqah'dah 1447
Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Sekretaris

Prof. Dr. Azharsyah, SE., Ak., M.S.O.M
NIP. 197811122004011003

Teuku Syifa Fadrizha Nanda, S.E., M.Acc., Ak
NIP. 198511222023211015

Penguji I

Penguji II

Muhammad Arifin, Ph.D
NIP. 197410152006041002

Dara Amanatillah, M.Sc.Fin
NIP. 19870222202312041

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



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



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

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

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ika Susi Lestari
NIM : 220603083
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : 220603083@student.ar-raniry.ac.id

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

Tugas Akhir KKU Skripsi

Yang berjudul: Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Minat Berinfak Melalui Fitur BSI Maslahat Di Kota Banda Aceh

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

Secara fulltext untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal :

Mengetahui,

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II

Ika Susi Lestari
200603060

Prof. Dr. Azharsyah, SE., Ak., M.S.O.M
NIP. 197811122005011003

Teuku Syifa Padriha Nanda, S.E. M.Acc. Ak
NIP. 19851122202321015

MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya"
(Q.S. Al-Baqarah 2: 286)

"tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang perlu diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan"

(Maudy Ayunda)

"God has perfect timing, never early, never late. It takes a little patience and it takes a lot of faith, but it's a worth to wait"



KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Rabbil ‘alamin, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Minat Berinfak Melalui Fitur BSI Maslahat di Kota Banda Aceh”** shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari alam kebodohan menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Penyusunan skripsi ini dilalui dengan berbagai proses dan tantangan, sehingga tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam bentuk moral maupun material. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan berkontribusi, baik dalam lingkup akademik maupun non akademik.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesulitan dan hambatan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

2. Dr. Nevi Hasnita S.Ag., M.Ag dan Ana Fitria, S.E., M.Sc, RSA selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Hafiizh Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Prof. Dr. Azharsyah Ibrahim, S.E., AK., M.S.O.M. selaku pembimbing 1 dan Teuku Syifa Fadrizha Nanda, S.E.,M.Acc.,Ak selaku pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mencurahkan ide, serta memberikan nasehat kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.
5. Yang teristimewa kedua orang tua tercinta ayahanda Mardin dan ibunda Rosmawati, terima kasih atas segala kasih sayang, doa, dan pengorbanan yang tiada henti. Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan dan motivasi terbesar dalam hidup penulis yang senantiasa mendorong untuk tidak menyerah, sehingga penulis dapat sampai pada tahap ini. Kepada adik-adik tersayang, Ferna Sari Hasni, Elsi Karyana Sukma, dan Arjun Canda Karya, penulis juga mengucapkan terima kasih atas dukungan, perhatian, serta semangat yang terus diberikan. Kebersamaan dan doa yang terpanjat menjadi kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan setiap proses hingga tahap ini.

6. Kepada teman-teman seperjuangan, Dhiya Difa Nasywa Ulhaq, Diah Aprillia Wulandari, Putri Nazwa Syihard, Ihsan Thaha, dan Muzalna Rafli, penulis mengucapkan terimakasih atas kebersamaan selama menjalani masa perkuliahan, serta dukungan, motivasi, dan suka duka yang dilalui dalam proses penyelesaian tugas akhir ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Nazwa, Rio Seftiawan, David Norabegi, dan Fatrialis Zahrul Akbar Syafri, yang senantiasa hadir menemani penulis di tanah perantauan, serta memberikan perhatian, bantuan, dan menjadi sumber kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga segala bantuan, doa, dan dukungan yang diberikan menjadi amal kebaikan serta memperoleh balasan pahala yang setimpal. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sebagai balasan atas segala bantuan yang telah diberikan. Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu, serta berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan.

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	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

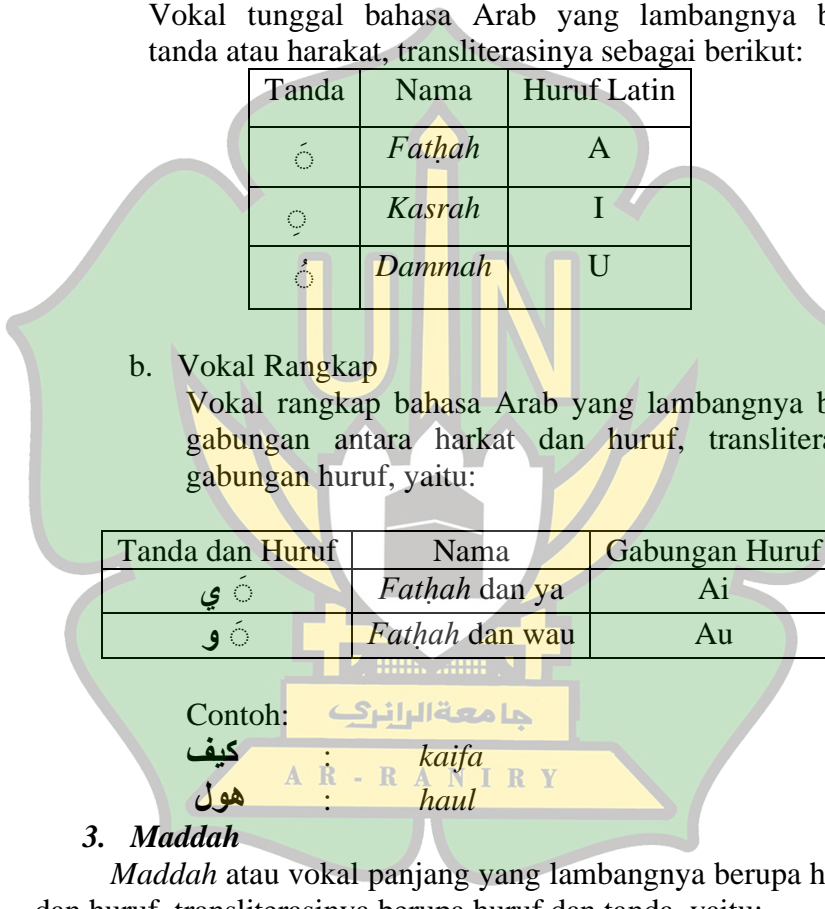
Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

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:  جامعة الرانيري
كيف : *kaifa*
هول : *haul*

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
◌َ / ا	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
◌ِ ي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
◌ُ و	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

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/raudatulatfāl*

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

طَلْحَةَ : *Talhah*

Catatan:

Modifikasi

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

ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Ika Susi Lestari
NIM : 220603083
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Minat Berinfak Melalui Fitur BSI Maslahat Di Kota Banda Aceh
Pembimbing I : Prof. Dr. Azharsyah, SE., Ak., M.S.O.M
Pembimbing II : Teuku Syifa Fadrizha Nanda, S.E.,M.Acc.,Ak

Persepsi nasabah merupakan salah satu aspek penting dalam penggunaan layanan perbankan syariah, termasuk dalam pemanfaatan fitur BSI Maslahat pada Mobile Banking dan ATM BSI untuk penyaluran infak. Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan layanan tersebut dapat mempengaruhi minat dalam penggunaan pemanfaatan fitur BSI Maslahat dalam penyaluran infak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi nasabah terhadap minat berinfak melalui fitur BSI Maslahat di Kota Banda Aceh. Metode penelitian ini adalah kuantitatif melalui penyebaran kuesioner yang disebarakan kepada 400 responden dengan menggunakan rumus cochrane. Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan model *purposive sampling*. Metode analisis data dengan menguji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan SPSS 27. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinfak. Lalu secara simultan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat berinfak.

Kata Kunci : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Minat Berinfak

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	i
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iii
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR	vi
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	ix
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	10
1.3 Tujuan penelitian.....	11
1.4 Manfaat penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Mobile Banking.....	14
2.1.1 Pengertian Mobile Banking.....	14
2.1.2 Kelebihan & kelemahan Aplikasi <i>Mobile Banking</i>	15
2.2 ATM (Automated Teller Machine).....	16
2.2.1 Pengertian ATM (Automated Teller Machine).....	16
2.2.2 Fungsi dan Manfaat ATM.....	17
2.2.3 Kelebihan dan Kelemahan ATM.....	18
2.3 Penggunaan Fitur BSI Maslahat.....	18
2.3.1 Pengertian Fitur BSI Maslahat.....	18

2.3.2 Karakteristik Fitur BSI Masalah.....	20
2.4 Konsep Infak.....	20
2.4.1 Pengertian Infak.....	20
2.4.2 Manfaat Dan Hikmah Infak.....	22
2.4.3 Macam-Macam Infak	22
2.5 Konsep Minat.....	23
2.5.1 Pengertian Minat	23
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat	24
2.5.3 Nudge Theory Sebagai Pendorong Minat	25
2.5.4 Indikator Minat Berinfak.....	27
2.6 Persepsi Nasabah	29
2.6.1 Pengertian Persepsi Nasabah.....	29
2.6.2 Faktor-Faktor Persepsi.....	31
2.6.3 Proses Terbentuknya Persepsi	32
2.7 Technology Acceptance Model (TAM.....	33
2.7.1 Persepsi Manfaat (Perceived Usefulness).....	35
2.7.1.1 Tingkatan Manfaat.....	36
2.7.1.2 Indikator Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>).....	37
2.7.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease Of Use</i>).....	39
2.7.2.1 Faktor-Faktor Kemudahan Teknologi	41
2.7.2.2 Indikator Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease Of Use</i>)	41
2.8 Penelitian Terdahulu	44
2.9 Hubungan Antar Variabel.....	57
2.9.1 Hubungan Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>) Terhadap Minat Berinfak	57
2.9.2 Hubungan Persepsi Kemudahan (<i>Perceived Ease Of Use</i>) Penggunaan Terhadap Minat Berinfak	58
2.9.3 Hubungan Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Berinfak	59
2.10 Kerangka Pemikiran.....	60

2.11 Hipotesis	61
BAB III METODE PENELITIAN.....	62
3.1 Jenis Penelitian.....	62
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	62
3.3 Populasi dan Sampel.....	63
3.3.1 Populasi	63
3.3.2 Sampel.....	63
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	68
3.4.1 Sumber Data	68
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	69
3.5 Definisi dan Operasional Variabel.....	69
3.5.1 Variabel penelitian.....	69
3.5.2 Operasionalisasi Variabel.....	72
3.6 Skala Pengukuran.....	74
3.7 Metode Analisis Data.....	75
3.7.1 Uji Keabsahan Data.....	75
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	76
3.8 Uji Regresi Linear Berganda	78
3.9 Uji Hipotesis	79
3.9.1 Uji t (Uji Parsial).....	79
3.9.2 Uji f (Uji Simultan).....	80
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	80
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	82
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	82
4.2 Hasil penelitian	83
4.2.1 Karakteristik responden.....	84
4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	90
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Manfaat (Perceived Usefulness)	90

4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease Of Use)	93
4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Berinfak.....	95
4.4	Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	98
4.4.1	Uji Validitas.....	98
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	99
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	100
4.5.1	Uji Normalitas	100
4.5.2	Uji Multikolinearitas	101
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	103
4.6	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	104
4.7	Hasil Uji Hipotesis.....	105
4.7.1	Uji Parsial (Uji t)	105
4.7.2	Uji Simultan (Uji f)	107
4.7.3	Uji Determinasi (R^2).....	107
4.8	Pembahasan.....	108
4.8.1	Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Berinfak melalui fitur BSI Masalahat.....	110
4.8.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Berinfak Melalui Fitur BSI Maslahat.....	113
4.8.3	Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Berinfak melalui fitur BSI Masalahat.....	117
BAB V PENUTUP		117
5.1	Kesimpulan	121
5.2	Saran	123
DAFTAR PUSTAKA		126
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		183

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah penyaluran dana BSI Maslahat	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	49
Tabel 2.2	Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu	56
Tabel 3.1	Sampel Per Kecamatan	68
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel	72
Tabel 3.3	Skala likert	75
Tabel 4.1	Luas wilayah masing-masing kecamatan di Kota Banda Aceh	83
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Manfaat	91
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	93
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Berinfak	95
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas	98
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas	100
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas	101
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinearitas	102
Tabel 4.9	Hasil Uji Regresi linear berganda	104
Tabel 4.10	Hasil Uji Parsial (uji t)	106
Tabel 4.11	Hasil Uji Simultan (uji f)	107
Tabel 4.12	Hasil Uji Determinasi (R^2)	108

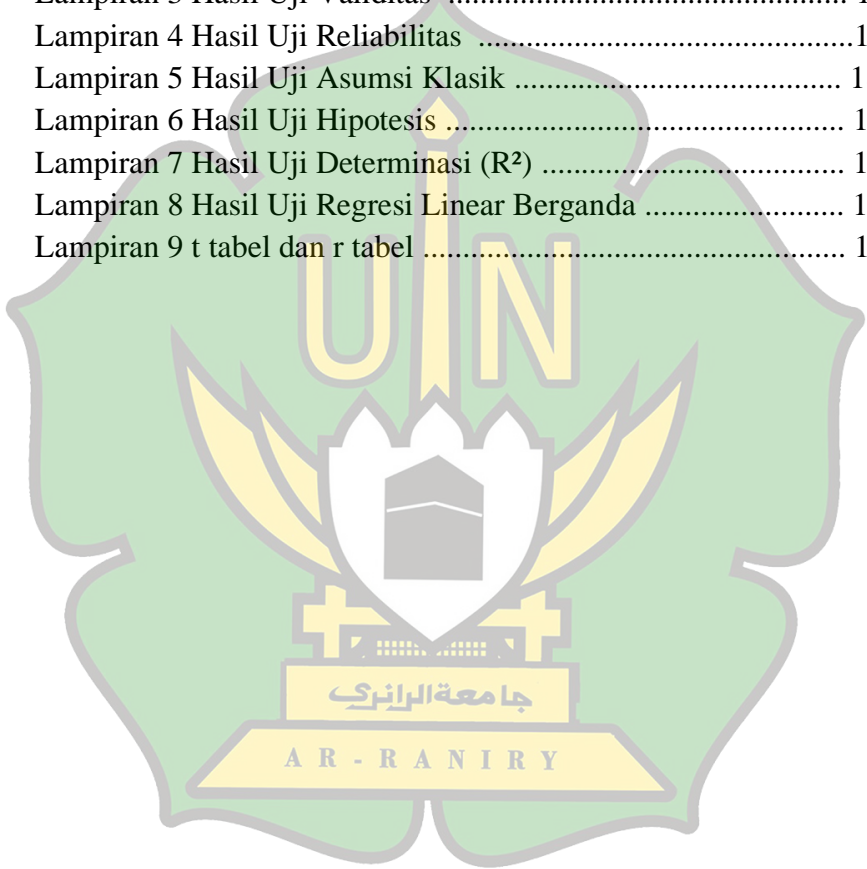
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Fitur BSI Maslahat Pada Mobile Banking dan ATM	3
Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran	60
Gambar 4.1 Diagram Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Domisili	84
Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	85
Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia	86
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Kelompok Pendidikan Terakhir	87
Gambar 4.5 Diagram Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Kelompok Pekerjaan	88
Gambar 4. 6 Diagram Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pengalaman Menggunakan Fitur BSI Maslahat	89
Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	103



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	134
Lampiran 2 Tabel Tabulasi Angket Penelitian	140
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	178
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	181
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	182
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis	183
Lampiran 7 Hasil Uji Determinasi (R^2)	184
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	184
Lampiran 9 t tabel dan r tabel	185



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

BSI Maslahat merupakan mitra strategis dari PT. Bank Syariah Indonesia Tbk yang awalnya bernama Yayasan Bangun Sejahtera Mitra Umat (BSMU). Sejak tahun 2022 berganti nama menjadi Bangun Sejahtera Indonesia Maslahat (BSI Maslahat). Dalam memperkuat kemitraannya, BSI dan BSI Maslahat melakukan pengoptimalan pengumpulan dana ZISWAF (Zakat, Infak, Wakaf dan Shadaqah). Selain itu, BSI Maslahat memiliki tujuan dalam pengumpulan donasi Corporate Social Responsibility (CSR) dengan sasaran muzakki perorangan maupun perusahaan. Kemitraan ini nantinya akan mendorong pemberdayaan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat terutama bagi UMKM, pendidikan, dan juga kesehatan. Kemitraan antara BSI dan BSI Maslahat ini juga meningkatkan sinergi antara lembaga perbankan dan lembaga amal zakat dalam mewujudkan ekonomi syariah inklusif yang berkelanjutan.

Untuk menjaga kepercayaan antara kedua belah pihak, BSI mengintegrasikan fitur BSI Maslahat pada ATM dan Mobile Banking. Hal ini bertujuan untuk menciptakan transparansi dan menyelaraskan visi misi, yang diwujudkan melalui perubahan nama yang dilakukan oleh BSMU menjadi BSI Maslahat. Kehadiran fitur ini juga bertujuan untuk mengedukasi masyarakat mengenai pembayaran dana ZISWAF secara digital.

Sebelumnya, BSI sendiri telah memiliki program penghimpunan dana ZISWAF yaitu Unit Penghimpunan Zakat (UPZ) yang mengumpulkan dana dari nasabah, karyawan BSI, dan masyarakat luas. Dana yang telah dihimpun oleh UPZ kemudian disalurkan oleh BSI Maslahat, sehingga keduanya memiliki peran yang saling terkait. Selain melalui UPZ, BSI Maslahat juga memiliki link donasi khusus. Dengan demikian, dana ZISWAF dihimpun dari tiga sumber yaitu CSR, Mobile Banking BSI, dan link donasi BSI Maslahat.

Sebelumnya, BSI melalui BSI Maslahat telah menyalurkan berbagai macam dana sosial seperti ZISWAF, CSR, dan dana donasi digital. Seperti, pada bulan April tahun 2025 BSI Maslahat menyalurkan donasi sebesar Rp59,9 miliar kepada 235.125 orang penerima manfaat, terdiri atas dana zakat sebesar Rp35,8 miliar, infak sebesar Rp17,9 miliar, dan dana sosial sebesar Rp6,2 miliar (BSI Maslahat, 2025).

Adapun dana tahunan yang disalurkan BSI Melalui BSI Maslahat secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Jumlah penyaluran dana BSI Maslahat

Tahun	Jumlah Dana Yang Disalurkan
2022	187,57 miliar
2023	255,09 miliar
2024	305,57 miliar

Sumber : Laporan Tahunan BSI, (2022,2023,2024)

Dari data pada tabel di atas, terlihat bahwa penyaluran dana BSI Maslahat menunjukkan tren peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan tersebut menggambarkan komitmen BSI dalam memperkuat fungsi sosial lembaga keuangan syariah melalui mitra sosialnya, BSI Maslahat.

Penyaluran dana yang terus meningkat ini turut didukung oleh pengembangan teknologi melalui Fitur BSI Maslahat yang terdapat pada layanan BSI Mobile dan ATM. Fitur ini memudahkan nasabah dalam menunaikan infak dan donasi secara langsung setelah melakukan transaksi. Kehadiran fitur ini juga menjadi bentuk inovasi yang mendorong transparansi dan efisiensi dalam penghimpunan dana sosial, sehingga kegiatan filantropi syariah dapat dilakukan dengan lebih mudah dan fleksibel.

Gambar 1. 1
Fitur BSI Maslahat pada Mobile Banking dan ATM



Fitur berinfak BSI Maslahat yang muncul secara otomatis ini memunculkan dua sudut pandang yang berbeda dari nasabah. Bagi nasabah yang sedang terburu-buru dan tidak ingin berinfak, fitur ini dianggap sebagai penghambat atau gangguan. Sebaliknya, bagi nasabah yang ingin berinfak dengan cara yang sederhana atau mudah, fitur ini akan menjadi salah satu alternatif pilihan.

Fitur ini memberikan beberapa pilihan kepada nasabah terkait nominal yang akan di infakkan, mulai dari Rp. 1.000, Rp. 5.000, Rp. 50.000 sampai dengan Rp. 500.000 yang dapat langsung dipilih tanpa harus keluar dari sistem Mobile Banking maupun ATM. Setelah nasabah memilih nominal yang ingin di infakkan maka akan diproses secara otomatis dan saldo nasabah akan dipotong sesuai dengan nominal infak yang telah dipilih. Tetapi jika nasabah tidak ingin berinfak, maka nasabah dapat memilih opsi “lewati/lanjutkan Tanpa Infak”.

Berdasarkan pengamatan awal peneliti di salah satu kantor cabang BSI, masih terdapat ketidak pahaman dan kelalaian nasabah dalam menggunakan fitur berinfak pada BSI Maslahat. Salah satu nasabah yang menggunakan BSI mendatangi Customer Service (CS) dengan keluhan tidak sengaja melakukan infak sebesar Rp. 500.000. Nasabah tersebut merasa tidak senang dengan hal ini dan ingin menarik kembali uangnya karena memang tidak memiliki niat untuk berinfak, terutama dengan nominal sebesar itu. Awalnya, nasabah merasa penasaran karena fitur berinfak selalu muncul setiap kali selesai melakukan transaksi. Namun, karena kurang

memahami cara penggunaan dan ketidakyakinan terhadap langkah yang diambil, nasabah tersebut akhirnya tanpa sengaja melakukan transaksi dengan nominal infak yang cukup besar. Untuk proses pengembalian uang, nasabah harus membuat laporan ke CS Bank dengan membawa KTP serta buku rekening. Setelah laporan dibuat, CS akan memproses pengembalian uang dalam waktu 4 sampai 15 hari kerja. Uang akan langsung masuk ke rekening nasabah.

Fenomena tersebut didukung oleh penelitian Fatmawati (2024) yang menyatakan bahwa masih banyak nasabah yang belum memahami konsep dan kegunaan dari fitur berinfak pada BSI Maslahat dengan mudah. Padahal, tujuan diadakannya fitur ini untuk mempermudah nasabah dalam berinfak. Selanjutnya, pada penelitian Bella (2024) juga menyatakan bahwa masih banyak nasabah yang belum mengetahui cara penggunaan fitur berinfak dan kemana disalurkan infak tersebut.

Ketidakhahaman nasabah terhadap fitur berinfak pada BSI Maslahat akan mempengaruhi persepsi mereka terhadap fitur tersebut. Persepsi merupakan sebuah proses yang dialami ketika seseorang memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasi masukan informasi yang diterima untuk menciptakan serta menggambarkan makna tertentu yang relevan dan sesuai pengetahuan mereka (Kotler & Keller, 2016).

Persepsi setiap nasabah dapat berbeda karena dipengaruhi oleh harapan dan latar belakang masing-masing terhadap suatu jasa

atau layanan yang diterima. Persepsi nasabah tersebut bersifat subyektif atau berbeda-beda pada setiap individunya. Dalam hal jasa sebagai bagian dari produk bank, maka penilaian yang berbeda terhadap kualitas produk menimbulkan persepsi positif dan persepsi negatif sehingga dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan produk tersebut atau tidak (Kotler & Keller, 2016:190).

Irwanto dalam Aminuddin (2022) mengungkapkan bahwa persepsi terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu persepsi positif dan persepsi negatif. Persepsi positif menggambarkan segala bentuk pengetahuan dan tanggapan individu yang dilanjutkan dengan upaya pemanfaatannya. Sebaliknya, persepsi negatif muncul ketika pengetahuan dan tanggapan dianggap tidak sesuai atau kurang mendukung terhadap objek tersebut. Hal ini penting karena persepsi menentukan bagaimana pemahaman dan respon seseorang terhadap suatu teknologi atau layanan, termasuk fitur digital perbankan seperti fitur BSI Maslahat.

Secara teoritis terdapat dua faktor yang mempengaruhi pembentukan persepsi, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri individu dan meliputi karakteristik, psikologis, kebutuhan, minat, serta motivasi. Faktor eksternal mencakup pengaruh lingkungan sekitar individu seperti latar belakang keluarga, tingkat pengetahuan, intensitas dan hal baru yang familiar atau ketidakasingan terhadap objek yang dipersepsikan (Toha dalam Arifin dkk., 2017). Pada konteks

penggunaan fitur digital, kedua faktor ini saling berkaitan dalam membentuk persepsi pengguna terkait kegunaan manfaat fitur tersebut.

Teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) menguatkan pandangan tersebut dengan menekankan dua konstruk utama yang menjadi dasar persepsi penggunaan teknologi, yaitu Persepsi Manfaat (*perceived usefulness*) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (*perceived ease of use*). Kedua persepsi ini bersama-sama membentuk sikap pengguna yang kemudian menjadi dasar terbentuknya keputusan perilaku dalam menggunakan teknologi. Pengguna akan memberikan persepsi positif jika teknologi dianggap bermanfaat dan mudah digunakan. Sebaliknya, pengalaman negatif seperti kesulitan penggunaan atau keraguan terhadap keamanan data akan memunculkan persepsi negatif sehingga dapat menurunkan minat penggunaan (Junaedi dan Neneng, 2023)

Dalam konteks layanan fitur BSI Maslahat, Fitur yang mudah diakses, aman, dan memberikan kemudahan dalam berinfak akan membuat nasabah memberikan persepsi yang positif. Namun, persepsi positif juga belum tentu langsung mendorong minat dan keinginan nasabah dalam berinfak. Jika fitur mengalami ketidakjelasan fungsi, kesulitan dalam penggunaan, atau kekhawatiran terhadap keamanan data, hal itu akan membuat nasabah memberikan persepsi yang negatif sehingga dapat

menurunkan minat nasabah untuk menggunakan fitur tersebut secara berkelanjutan.

Dengan demikian, persepsi memainkan peranan yang signifikan terhadap minat seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Kusumo dalam Muhammad & Onan (2021) menyatakan bahwa minat adalah keinginan yang didorong oleh suatu kemauan setelah melihat, memperhatikan, membandingkan, serta mempertimbangkan suatu objek. Penelitian oleh Gandhi dkk (2023) juga turut menguatkan bahwa persepsi positif memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan minat dan keputusan. Dalam konteks penggunaan fitur BSI Maslahat, minat berinfak menjadi indikator penting untuk melihat sejauh mana nasabah memiliki keinginan untuk memanfaatkan fitur tersebut dalam aktivitas berinfak secara berkelanjutan.

Sejalan dengan hal tersebut, pembentukan minat dalam menggunakan layanan digital tidak hanya terbentuk dari pertimbangan rasional dan persepsi individu semata, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh faktor stimulus yang memberikan dorongan tertentu dalam proses pengambilan keputusan. Dorongan tersebut bersifat tidak memaksa, namun mengarahkan perhatian dan pilihan nasabah secara halus. Dalam kajian perilaku, dorongan ini dikenal sebagai *nudge* yang berperan dalam membentuk kecenderungan individu terhadap suatu tindakan (Thaler & Sunstein, 2008).

Keterkaitan antara keduanya juga terlihat dari berbagai penelitian sebelumnya yang memperlihatkan hubungan antara

persepsi pengguna dengan minat berinfak melalui fitur digital. Hasil penelitian Bella (2024) menyatakan bahwa keberadaan fitur infak digital dapat meningkatkan minat berinfak terutama di kalangan generasi muda yang memiliki literasi digital yang tinggi. Selain itu, fitur ini dapat memudahkan, membuat nyaman, dan meningkatkan efisiensi nasabah dalam berinfak (Habibah & Nurafni, 2020). Oleh karena itu, dalam konteks layanan digital pada Perbankan Syariah seperti fitur BSI Maslahat, hal-hal yang paling mempengaruhi minat nasabah pada penggunaan fitur tersebut adalah persepsi nasabah baik dalam kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, maupun manfaat sosial.

Berdasarkan hal tersebut, Habibah & Nurafni (2024) menyatakan bahwa minat nasabah dalam berinfak menggunakan fitur BSI Maslahat dipengaruhi oleh persepsi Manfaat dan kemudahan fitur berbagi yang ada pada Mobile Banking BSI, namun dengan adanya persepsi risiko yang muncul karena kekhawatiran dan keamanan data akan mengurangi minat nasabah untuk berinfak Hal ini juga sejalan dengan penelitian Febriyanti & Rusdianto (2024) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan dalam penggunaan fitur BSI Maslahat berpengaruh terhadap peningkatan minat berinfak. Namun, kekhawatiran akan keamanan data dan ketidakpastian informasi yang jelas dapat menurunkan minat nasabah dalam penggunaan fitur tersebut.

Hal ini menunjukkan bahwa baik persepsi positif dan negatif memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk

minat nasabah untuk berinfak secara digital dengan menggunakan fitur BSI Maslahat. Minat ini dapat dikatakan sebagai tahapan awal untuk menentukan suatu keputusan yang mencerminkan keinginan dan kesiapan nasabah untuk berinfak menggunakan fitur BSI Maslahat secara berkelanjutan. Oleh karena itu, minat berinfak melalui fitur digital menjadi aspek yang penting untuk dikaji lebih lanjut, khususnya dalam melihat bagaimana persepsi nasabah dapat mempengaruhi tingkat penggunaan fitur tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti ingin mengkaji secara mendalam tentang “**Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Minat Berinfak Melalui Fitur BSI Maslahat di Kota Banda Aceh**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Apakah Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) berpengaruh terhadap minat berinfak melalui fitur BSI Maslahat?
- 2) Apakah Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) berpengaruh terhadap minat berinfak melalui fitur BSI Maslahat?
- 3) Apakah Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh secara simultan terhadap minat berinfak melalui fitur BSI Maslahat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan pada penelitian ini terdiri dari :

- 1) Untuk mengetahui apakah Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) berpengaruh terhadap minat berinfak melalui fitur BSI Maslahat
- 2) Untuk mengetahui apakah Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) berpengaruh terhadap minat berinfak melalui fitur BSI Maslahat
- 3) Untuk mengetahui apakah Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh secara simultan terhadap minat berinfak melalui fitur BSI Maslahat

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun secara tidak langsung kepada pihak yang berkepentingan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa tentang Fitur BSI Maslahat mengenai manfaat dan kemudahan penggunaannya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah bacaan bagi para mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

2. Manfaat Praktis

a. Manfaat bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan untuk peneliti lain dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan permasalahan serupa dan isu-isu yang mungkin muncul di masa depan berkaitan dengan Perbankan Syariah

b. Manfaat bagi Bank

Penelitian ini diharapkan nantinya bisa menjadi bahan evaluasi bagi manajemen Bank Syariah Indonesia dalam melakukan peningkatan pada fitur layanan BSI Maslahat serta mempertahankan indikator yang telah berjalan optimal. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberi kontribusi bagi pengembangan perbankan syariah terhadap fitur layanan yang dapat menarik minat nasabah dalam penggunaannya.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini terbagi menjadi lima bab, dan pada kelima bab tersebut didalamnya terdapat sub bab. Secara garis besar berikut adalah pembahasannya:

Bab I Pendahuluan

Bab pertama ini menjelaskan latar belakang yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian ini, didalamnya juga terdapat rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang mencakup aspek teoritis dan praktis serta

sistematika penulisan. Bab ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai urgensi dan arah penelitian.

Bab II Landasan teori

Bab ini berisi mengenai teori-teori yang relevan dengan penelitian, dikutip dari beberapa sumber, seperti definisi, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis yang akan diuji juga dibahas dalam bab ini.

Bab III Metodologi penelitian

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian kuantitatif yang akan digunakan yang mencakup desain penelitian, variabel penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data serta teknis analisis data.

Bab IV Hasil dan pembahasan

Bab ini memaparkan mengenai analisis data dan hasil pengolahan data, serta pembahasan tentang temuan hasil yang diperoleh oleh peneliti.

Bab V Kesimpulan

Bab terakhir yang memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh oleh peneliti. Rekomendasi untuk penelitian lanjutan juga disampaikan sebagai kontribusi akademik di bidang yang relevan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Mobile Banking

2.1.1 Pengertian Mobile Banking

Mobile banking merupakan bagian dari *electronic banking* yang membuat nasabah dapat melakukan berbagai transaksi melalui perangkat seluler. Layanan ini dirancang untuk memberikan fasilitas lebih lebih cepat, fleksibel, dan efisien dibandingkan dengan layanan konvensional. Sebagai salah satu inovasi utama dalam *digital banking*, mobile banking menghadirkan layanan perbankan secara real-time dengan jaringan internet, sehingga nasabah dapat melakukan pengecekan saldo, pembayaran, transfer dana, dan layanan finansial lainnya tanpa harus mendatangi kantor cabang (Shaikh & Karjaluto, 2015). Dalam konteks operasionalnya, mobile banking berfungsi sebagai platform yang menyajikan transaksi berbasis aplikasi dengan mengintegrasikan sistem teknologi informasi bank dengan perangkat seluler nasabah.

Menurut Laukkanen dan Pasanen (2008), mobile banking merupakan fasilitas perbankan berbasis teknologi yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja selama terhubung dengan jaringan seluler. Layanan ini tidak hanya mengutamakan kemudahan tetapi juga dirancang dengan sistem keamanan yang berlapis seperti PIN, OTP dan enkripsi data. Sistem proteksi yang kuat ini menjadi standar bagi

keamanan teknologi perbankan, mengingat mobile banking beroperasi melalui internet yang rentan terhadap resiko keamanan.

Lebih lanjut, dalam konteks perbankan syariah, mobile banking menjadi media penting yang berperan dalam memperluas akses layanan keuangan syariah berbasis digital. selain untuk transaksi keuangan umum, kanal ini juga menyediakan sarana ibadah finansial seperti zakat, infak, dan sedekah (ZIS) secara digital. Hal ini menjadikan mobile banking sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah, sekaligus memperkuat hubungan antara bank dan nasabah melalui layanan digital yang praktis dan sesuai prinsip syariah (Hanafizadeh et al., 2014). Dengan demikian, mobile banking bukan hanya alat transaksi, tetapi juga platform layanan keuangan terpadu yang sangat penting dalam ekosistem perbankan modern.

2.1.2 Kelebihan & kelemahan Aplikasi *Mobile Banking*

Berdasarkan pada penelitian Shaikh & Karjaluoto (2015) terdapat beberapa kelebihan utama pada aplikasi Mobile Banking, antara lain :

1. Aksesibilitas 24 jam tanpa adanya batasan waktu dan tempat
2. Jangkauan yang luas selama ada akses jaringan seluler
3. Desain yang sederhana dan tidak sulit dalam penggunaannya
4. Efisiensi waktu dan biaya
5. Dapat meningkatkan inklusi keuangan

Disamping kelebihan tersebut mobile banking juga memiliki beberapa kelemahan, antara lain :

1. Rawan terjadinya penipuan dan kejahatan siber. Penggunaan mobile banking rentan akan penipuan berupa smishing, dimana data pribadi dapat disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, berpotensi menimbulkan kerugian finansial. Nasabah sering menerima SMS atau panggilan telepon palsu yang akan mengatasnamakan bank atau lembaga keuangan untuk mengakses informasi rekening.
2. Risiko peretasan pada perangkat yang hilang. Meskipun menggunakan koneksi terenkripsi, aplikasi mobile banking tetap rentan terhadap peretasan jika perangkat nasabah hilang dan diambil alih oleh pihak lain.

2.2 ATM (Automated Teller Machine)

2.2.1 Pengertian ATM (Automated Teller Machine)

ATM (*Automated Teller Machine*) atau Anjungan Tunai Mandiri merupakan perangkat elektronik yang memberikan akses kepada nasabah untuk menarik dan memeriksa saldo rekening tabungan tanpa memerlukan layanan teller (Nurzaqiah dkk., 2024). ATM berfungsi sebagai terminal otomatis yang terhubung dengan sistem utama perbankan, sehingga transaksi dapat dilakukan secara mandiri, efisien, dan langsung.

Dalam perspektif regulasi, peraturan Bank Indonesia Nomor 11/11/PBI/2009 tentang penyelenggaraan kegiatan alat pembayaran dengan kartu mendefinisikan kartu ATM sebagai Alat

Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) yang bisa digunakan untuk penarikan ataupun pemindahan dana. Kewajiban pemegang kartu dipenuhi secara langsung melalui pemotongan saldo rekening di bank atau lembaga berwenang lainnya (Hariyanto & Hasbullah, 2024). Pada intinya, ATM adalah mesin berbasis komputer yang dioperasikan dengan kartu magnetik bersandi, sehingga nasabah bisa menjalankan berbagai aktivitas perbankan secara otomatis.

2.2.2 Fungsi dan Manfaat ATM

Sebagai layanan perbankan yang tersedia 24 jam, ATM memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi tanpa perlu mendatangi kantor cabang terlebih dahulu tanpa terikat waktu. Melalui mesin ATM, nasabah dapat melakukan kegiatan sehari-hari seperti penarikan uang, transfer dana antar rekening, pembayaran berbagai tagihan serta pembelian (Hariyanto & Hasbulla, 2024).

Dalam konteks perbankan syariah, ATM juga berfungsi sebagai kanal pengumpulan dana sosial seperti zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Bank syariah umumnya menyediakan opsi layanan donasi pada menu ATM, memungkinkan nasabah dapat menyalurkan infak dengan mudah, aman dan fleksibel baik melalui pilihan jumlah tetap atau entri manual. Dengan demikian, ATM tidak hanya mendukung transaksi keuangan rutin, tetapi juga memfasilitasi praktik ibadah sosial dan partisipasi masyarakat dalam filantropi islam (Zuhelti & Busriadi, 2021).

2.2.3 Kelebihan dan Kelemahan ATM

ATM menawarkan berbagai yang meningkatkan efisiensi layanan perbankan dan memudahkan nasabah (Zuhelti & Busriadi, 2021; Nurzaqiah dkk., 2024), di antaranya :

1. Akses layanan 24 jam.
2. Kemudahan dalam bertransaksi.
3. Efisiensi operasional bank.
4. Dapat diakses tanpa ketergantungan pada koneksi internet.
5. Dukungan untuk penyaluran infak/ZIS

Selain memiliki dampak positif, ATM juga memiliki beberapa kelemahan berupa:

1. Gangguan teknis, seperti mesin ATM mengalami macet, kartu nasabah tertelan atau sistem offline yang dapat menghambat transaksi
2. Resiko keamanan, seperti *skimming* (pencurian data kartu), perampokan di lokasi ATM, sehingga aspek keamanan menjadi perhatian penting oleh bank dan nasabah.

2.3 Penggunaan Fitur BSI Maslahat

2.3.1 Pengertian Fitur BSI Maslahat

Fitur BSI Maslahat merupakan layanan digital yang terintegrasi dalam Mobile Banking dan ATM Bank Syariah Indonesia (BSI) yang memfasilitasi penghimpunan dan penyaluran dana ZISWAF (zakat, infak, sedekah, wakaf), sekaligus menghadirkan elemen interaktif kepada pengguna dalam partisipasi sosial (BSI, 2024). Salah satu aspek inovatif dari fitur ini adalah

integrasi ajakan “infak otomatis” setelah pengguna menyelesaikan transaksi keuangan. Saat transaksi telah berhasil, sistem akan menampilkan *pop-up* yang mengajak pengguna berinfaq dengan pilihan nominal tertentu, tanpa perlu berpindah aplikasi atau menu. Hal ini mempermudah proses pemberian infak dan menjadikannya bagian dari aktivitas finansial sehari-hari (Wardani, 2024).

Dalam konteks ini, fitur BSI Maslahat tidak hanya sekedar menjadi kanal donasi pasif, melainkan bagian aktif dari interaksi pengguna dalam aplikasi. Jika pengguna memilih menyetujui ajakan infak tersebut, sistem akan langsung memproses alokasi dana ke program-program sosial yang akan dikelola oleh BSI Maslahat karena BSI Maslahat adalah lembaga amil yang bekerja sama dengan BSI dan berada di bawah pengawasan lembaga zakat resmi, mekanisme ini diyakini memenuhi standar syariah dalam hal transparansi dan akuntabilitas (BSI Maslahat, 2023; BSI, 2024).

Fitur BSI Maslahat ini juga mendorong nasabah pengguna BSI untuk menyalurkan kebaikan dengan layanan kemudahan serta praktis dan fleksibel yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Pendekatan ini relevan dalam literatur digital fundraising, yang menyebut bahwa ajakan langsung dan kemudahan tindakan (*low friction*) bisa meningkatkan partisipasi donasi (Jumaati & Dahruji, 2024). Dalam konteks keuangan syariah dan digitalisasi filantropi, fitur BSI Maslahat ini menjadi jembatan antara teknologi dan nilai keagamaan, mendorong integrasi antara aktivitas perbankan dan aktivitas sosial keagamaan secara seamless.

2.3.2 Karakteristik Fitur BSI Maslahat

Menurut Wardani (2023), fitur BSI Maslahat memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut:

- 1) Fitur terintegrasi langsung dengan layanan transfer pada BSI mobile melalui mekanisme “fitur koneksi otomatis infak”, dimana ketika nasabah telah menyelesaikan transaksi melalui BSI mobile, sebelum penutupan transaksi akan muncul notifikasi untuk mengajak berinjak.
- 2) Praktis dan fleksibel, memungkinkan nasabah untuk menyalurkan kebaikan kapan saja dan dimana saja. Fitur ini mendorong kemudahan, kepraktisan, dan fleksibilitas dalam berinjak.
- 3) Aman dan sesuai syariah, hal ini dikarenakan fitur dikelola oleh lembaga amil zakat resmi, yaitu BSI Maslahat yang berada di bawah pengawasan BAZNAS.

2.4 Konsep Infak

2.4.1 Pengertian Infak

Secara etimologis (bahasa) infak berasal dari kata anfaqa-yunfiqu, yang berarti membelanjakan atau mengeluarkan harta untuk kepentingan yang diperintahkan oleh Allah SWT. Sedangkan secara terminologis (istilah) infak adalah mengeluarkan sebagian harta yang dimiliki, baik untuk kepentingan pribadi yang bermanfaat maupun untuk orang lain tanpa adanya batasan tertentu dalam jumlah maupun waktu, dengan tujuan mendekatkan diri

kepada Allah SWT dan kemaslahatan (Baznas, 2025 : Hastuti, 2016).

“wahai orang-orang yang beriman! infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk mu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.

Ayat ini menekankan prinsip dasar infak, yaitu mengeluarkan yang terbaik (thayyibah) dari harta seseorang dalam mengejar ridho Allah, bukan yang sudah tidak perlu maupun tidak berharga. Hal ini menjadi fondasi bahwa infak harus memiliki kualitas ibadah yang tinggi dan memberikan manfaat nyata bagi penggunanya.

Konsep infak juga tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat pasal 1 ayat 3 yang menyatakan bahwa Infak adalah harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha diluar zakat untuk kemaslahatan umum (Hastuti, 2016).

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa infak adalah konsep yang memiliki banyak sisi makna, infak tidak hanya sekedar kegiatan amal biasa, tetapi juga merupakan bentuk ibadah sosial yang mencakup dua aspek penting, yaitu

hubungan dengan Allah (dimensi spiritual) dan hubungan dengan sesama manusia (dimensi sosial-ekonomi).

2.4.2 Manfaat Dan Hikmah Infak

Infak adalah salah satu instrumen filantropi dalam islam yang dapat memberikan dampak positif bagi orang yang memberi dan menerima infak (Azwar, 2023). Adapun manfaat dan hikmah berinjak adalah sebagai berikut:

1. Membantu seseorang/lembaga yang sedang membutuhkan dan mengalami kesulitan hidup.
2. Sebagai wujud dari rasa syukur atas rezeki yang telah diberikan oleh Allah SWT.
3. Mensucikan harta dan menambah keberkahan pada harta tersebut.
4. Menghapuskan sifat buruk, seperti kikir (untuk mereka yang memberi infak), iri hati, dan dengki (bagi orang lain).
5. Mewujudkan kesejahteraan umum dengan saling membantu satu sama lain dalam memenuhi kebutuhan hidup.

2.4.3 Macam-Macam Infak

Dalam Hastuti (2016), Infak secara hukum terbagi menjadi 4 macam antara lain sebagai berikut:

1. Infak mubah yaitu mengeluarkan harta untuk perkara mubah seperti berdagang dan bercocok tanam.

2. Infak wajib yaitu mengeluarkan harta untuk perkara wajib seperti membayar mahar (maskawin), menafkahi istri, menafkahi istri yang ditalak dan masih dalam masa.
3. Infak haram yaitu mengeluarkan harta dengan tujuan yang diharamkan oleh Allah SWT, contohnya seperti memberikan uang kepada orang kafir untuk memerangi kaum muslimin.
4. Infak sunnah, yaitu mengeluarkan sebagian harta yang dimiliki oleh seseorang/lembaga dengan niat memberikan manfaat kebaikan kepada yang lainnya, seperti memberi nasi kepada orang yang sedang kelaparan.

2.5 Konsep Minat

2.5.1 Pengertian Minat

Menurut Jogiyanto (2007:29) minat adalah keinginan atau motivasi untuk melakukan suatu tindakan. Minat tidak bersifat tetap dan dapat mengalami perubahan seiring berjalannya waktu. Minat muncul ketika individu memusatkan perhatian pada suatu objek atau aktivitas yang dianggap memberikan kepuasan, yang bersumber dari ketertarikan, rasa suka, maupun dorongan pribadi.

Lubis & Hamdani (2025) menyatakan bahwa minat berkembang melalui proses psikologis yang mencakup potensi pribadi serta kebebasan individu dalam menentukan pilihan sesuai dengan pemikiran dan pertimbangannya sendiri. Dengan demikian, minat bukan sekedar kecenderungan pasif melainkan suatu proses

dinamis yang mendorong individu untuk terlibat aktif terhadap objek yang diminatinya.

Dalam konteks perilaku berinfak, minat merupakan sebuah dorongan internal dan eksternal yang membuat individu terpanggil untuk memberikan infak secara sukarela. Minat berinfak tidak hanya dipengaruhi oleh faktor religiusitas dan sosial, tetapi di era digital saat ini juga dipengaruhi oleh faktor teknologi yang tersedia (Nasution dkk., 2021). Individu dengan minat tinggi menunjukkan konsistensi dan intensitas dalam tindakannya untuk mendukung kegiatan sosial dan keagamaan.

2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Secara umum, minat dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Slameto (2010) menjelaskan bahwa minat seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa aspek utama, diantaranya sebagai berikut:

1. Faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu, seperti kondisi psikologis, perhatian, kebutuhan personal dan motivasi. Faktor ini menjadi penentu awal sejauh mana individu memiliki ketertarikan terhadap suatu objek atau aktivitas.
2. Faktor sosial yaitu dorongan yang muncul dari lingkungan sosial, termasuk pengaruh orang lain, norma sosial dan kebutuhan untuk mendapat pengakuan. Lingkungan sosial dapat memperkuat atau melemahkan minat individu melalui interaksi dan nilai-nilai yang berkembang di sekitarnya.

3. Faktor emosional yaitu kondisi perasaan yang dapat memperkuat atau melemahkan ketertarikan terhadap suatu objek atau aktivitas tertentu.

Dalam konteks layanan digital, faktor-faktor ini dapat diperkuat oleh stimulus yang berasal dari sistem atau teknologi yang digunakan seperti desain fitur, cara penyampaian pesan dan kejelasan informasi yang disajikan kepada pengguna.

2.5.3 Nudge Theory Sebagai Pendorong Minat

Selain faktor internal dan sosial, minat individu juga dipengaruhi stimulus berupa desain lingkungan atau sistem yang mengarahkan perhatian, persepsi, dan kesiapan bertindak. Salah satu diantaranya adalah nudge. Thaler dan Sunstein (2008) mendefinisikan nudge sebagai pendekatan yang merujuk pada segala aspek dari arsitektur pilihan (*choice architecture*) yang dapat mempengaruhi perilaku individu secara terduga tanpa menghalangi kebebasan memilih atau mengubah insentif ekonomi secara signifikan. Pendekatan ini didasarkan pada prinsip *libertarian paternalism*, dimana lingkungan pilihan dirancang agar opsi optimal mudah dijangkau, tanpa menghilangkan alternatif.

Putra dkk (2019) menjelaskan bahwa nudge bekerja dengan memahami keterbatasan kognitif, kecenderungan bias dan kebiasaan individu untuk mempengaruhi penilaian dan keputusannya. Melalui proses ini, nudge beroperasi pada tingkat psikologis internal dan menciptakan kondisi yang mendukung munculnya minat, termasuk dalam konteks perilaku sosial dan

financial. Dengan kata lain, nudge tidak bersifat memaksa melainkan menciptakan kondisi psikologis yang subur bagi dalam membentuk minat yang kemudian dapat mendorong tindakan aktual.

Thaler dan Sunstein (2008) menekankan bahwa nudge menjadi relevan karena manusia tidak selalu mampu bertindak rasional dalam pengambilan keputusan. Dengan penyederhanaan pilihan, pengingat, dan menekankan norma sosial, nudge menciptakan lingkungan yang mendukung terbentuknya ketertarikan dan motivasi intrinsik. Hal ini menjadikan nudge relevan tidak hanya sebagai strategi desain perilaku, tetapi juga sebagai landasan konseptual untuk memahami bagaimana stimulus eksternal dapat berinteraksi dengan proses psikologis internal dalam menumbuhkan minat.

Dari sisi etika, Sunstein (2014) menekankan bahwa nudge harus transparan tidak boleh bersifat tersembunyi dan tidak menghilangkan kebebasan memilih individu. Bovens (2018) menambahkan bahwa nudge dapat memperkuat otonomi dengan membantu individu mencapai tujuan awal mereka, selama intervensi dilakukan secara jujur dan tidak merugikan. Dengan demikian, teori nudge berada pada kerangka etis yang mengutamakan kebebasan, transparansi, dan manfaat rasional bagi pengambilan keputusan.

2.5.4 Indikator Minat Berinfak

Indikator minat berinfak pada penelitian ini disusun berdasarkan konsep *nudge theory* sebagai salah satu faktor pendorong minat. Dalam layanan digital, dorongan halus dapat tercipta melalui cara sistem yang disajikan kepada pengguna, seperti pengaturan waktu munculnya ajakan, penyederhanaan opsi, pembingkai pesan, daya tarik visual, serta transparansi informasi, yang berpotensi mempengaruhi minat perilaku pengguna (Sobolev, 2021; Aaminou & Aboulaich, 2017).

Penggunaan elemen *nudge* sebagai indikator minat dalam penelitian ini didasarkan pada pemahaman bahwa minat tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal individu, tetapi juga oleh stimulus eksternal yang mampu membentuk ketertarikan dan kecenderungan individu dalam merespon suatu pilihan. Dalam konteks ini, elemen-elemen *nudge* tidak hanya berfungsi sebagai desain sistem, tetapi juga sebagai pemicu yang dapat memperkuat munculnya minat berinfak melalui interaksi pengguna dengan fitur BSI Maslahat.

Adapun indikator minat berinfak yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Timing pasca-transaksi (*post transaction timing*)

Timing pasca-transaksi mengacu pada kemunculan ajakan setelah pengguna menyelesaikan aktivitas tertentu. Penyajian ajakan pada waktu yang tepat dapat memanfaatkan kondisi institusional dan respons emosional

individu, sehingga meningkatkan keterbukaan terhadap keputusan lanjutan. Mekanisme ini dinilai efektif karena individu cenderung responsif terhadap dorongan yang muncul pada momen-momen yang relevan.

2. Opsi pilihan sederhana (*simple choice options*)

Opsi pilihan sederhana menggambarkan penyajian alternatif keputusan yang dirancang secara ringkas dan mudah dipahami. Tujuan dari Penyederhanaan pilihan ini agar dapat mengurangi beban kognitif dalam proses pengambilan keputusan, sehingga individu dapat merespon lebih cepat tanpa rasa bingung. Dengan struktur pilihan yang tidak rumit berpotensi meningkatkan ketertarikan dan minat individu terhadap suatu aktivitas seperti berinfak menggunakan fitur BSI Maslahat.

3. Pembingkai pesan/framing

Pembingkai pesan merujuk pada bagaimana informasi atau ajakan disusun dan disampaikan pada individu. Variasi dalam metode penyampaian pesan, termasuk aspek bahasa, penekanan makna dan konteks informasi serta manfaat dari aktivitas tersebut dapat mempengaruhi individu dalam memahami suatu ajakan. Pembingkai pesan yang sesuai berpotensi menciptakan persepsi yang lebih positif dan dapat meningkatkan ketertarikan individu terhadap tindakan yang ditawarkan.

4. Daya tarik visual dan desain (UI/UX)

Daya tarik visual dan desain antar muka mencakup aspek estetika dan kemudahan pengguna dalam berinteraksi dengan sistem digital. elemen visual tata letak, warna, ikon, dan navigasi yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan kenyamanan dan perhatian pengguna. Dengan demikian, desain antarmuka yang menarik dan intuitif berpotensi mendorong minat individu untuk berinteraksi lebih dalam dengan layanan yang ditawarkan.

5. Transparansi informasi

Transparansi informasi mengacu pada sejauh mana kejelasan dan keterbukaan data yang disajikan dalam suatu layanan digital. Informasi yang disampaikan secara jelas, lengkap, dan mudah dipahami dapat mengurangi ketidakpastian serta meningkatkan kepercayaan pengguna. Hal ini dapat mendorong munculnya minat terhadap suatu tindakan sebab pengguna merasa lebih yakin terhadap proses dan tujuan yang ditawarkan.

2.6 Persepsi Nasabah

2.6.1 Pengertian Persepsi Nasabah

Kata persepsi berasal dari bahasa Inggris, perception yang artinya: persepsi, penglihatan, tanggapan. Adapun dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi diinterpretasikan sebagai tanggapan atau penerimaan langsung dari sesuatu atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.

Persepsi merupakan hal yang mempengaruhi sikap, dan sikap akan menentukan perilaku. Dengan kata lain persepsi mempengaruhi perilaku seseorang atau perilaku merupakan cermin persepsi yang dimilikinya. Persepsi adalah tanggapan atau gambaran langsung dari suatu serapan seseorang dalam mengetahui beberapa hal melalui panca indra. Dalam pengertian ini jelas, bahwa persepsi adalah kesan gambaran atau tanggapan yang dimiliki seseorang setelah orang tersebut menyerap untuk mengetahui beberapa hal (objek), melalui panca indra.(Nisa dkk., 2023).

Sugihartono (2007) mengemukakan bahwa persepsi merupakan suatu kemampuan dari panca indera dalam menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia. Manusia sebagai makhluk sosial mampu memberikan respon terhadap suatu gejala atau kejadian yang sedang dialami dan membagikan pemikirannya dengan mengutarakan sebuah pendapat yang sudah diproses terlebih dahulu menggunakan panca indra.

Menurut Rakhmat dalam Arifin dkk (2017) persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Dengan kata lain, persepsi merupakan proses seseorang memberi makna terhadap stimulus yang diterima oleh panca indranya. Selanjutnya, Margaretha dan Gunawan (2020) menjelaskan bahwa persepsi diawali dengan pengamatan terhadap objek yang melibatkan proses hubungan antara melihat, mendengar, menyentuh, merasakan, dan menerima suatu hal,

kemudian informasi tersebut diseleksi, diorganisasi, dan diinterpretasi menjadi suatu gambaran bermakna.

Dalam konteks penerimaan teknologi, persepsi individu dioperasionalkan melalui model *technology acceptance model* (TAM) dengan dua konstruk utama, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Kedua konstruk ini yang kemudian akan menjelaskan bagaimana seseorang menilai manfaat dan kemudahan penggunaan dalam suatu teknologi, sehingga dapat mempengaruhi sikap dan keputusan mereka dalam menerima serta menggunakan teknologi tersebut.

2.6.2 Faktor-Faktor Persepsi

Ansori (2020:53) menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, yaitu:

- a) Individu yang bersangkutan (pemersepsi) Apabila seseorang melihat sesuatu, dan berusaha memberikan interpretasi tentang apa yang dilihatnya itu, ia akan dipengaruhi oleh karakteristik individual yang dimilikinya seperti sikap, motif, kepentingan, minat, pengalaman, pengetahuan, dan harapannya.
- b) Sasaran dari persepsi Sasaran dari persepsi dapat berupa orang, benda, atau peristiwa. Sifat biasanya berpengaruh terhadap persepsi seseorang dalam melihatnya. Persepsi terhadap sasaran bukan merupakan sesuatu yang dilihat secara teori melainkan dalam kaitannya dengan orang yang

terlibat. Hal tersebut yang menyebabkan seseorang cenderung mengelompokkan orang, benda, ataupun peristiwa sejenis dan memisahkannya dari kelompok lain yang tidak serupa.

- c) Situasi Persepsi harus dilihat secara kontekstual yang berarti situasi dimana persepsi tersebut timbul, harus mendapat perhatian. Situasi merupakan faktor yang turut berperan dalam proses pembentukan persepsi seseorang.

Menurut Toha dalam Suprpto dkk (2017) faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut:

- a) Faktor internal: perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi.
- b) Faktor eksternal: latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidak asingan suatu objek.

2.6.3 Proses Terbentuknya Persepsi

Persepsi merupakan bagian dari seluruh proses yang menghasilkan respon atau tanggapan yang dimana setelah rangsangan diterapkan kepada manusia. Sub prosesnya adalah pengenalan, perasaan, dan penalaran. Persepsi dan kognisi diperlukan dalam semua kegiatan psikologis. Rasa dan nalar bukan merupakan bagian yang perlu dari setiap situasi rangsangan-

tanggapan, sekalipun kebanyakan tanggapan individu yang sadar dan bebas terhadap satu rangsangan, dianggap dipengaruhi oleh akal atau emosi atau kedua-duanya (Ansori, 2020;52). Dalam proses persepsi, terdapat tiga komponen utama berikut:

1. Seleksi adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
2. Interpretasi yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan.
3. Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi. Jadi, proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembulatan terhadap informasi yang sampai.

2.7 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) merupakan teori yang menjelaskan penerimaan individu terhadap penggunaan sistem informasi dan teknologi. Model ini memprediksi penerimaan dan penggunaan suatu sistem dengan berfokus pada dua keyakinan (*beliefs*) pengguna yang fundamental, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Di mana persepsi manfaat mengacu pada sejauh mana seseorang meyakini

sejauh mana suatu sistem dapat meningkatkan kinerjanya, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada tingkat keyakinan sejauh mana sistem tersebut mudah untuk dioperasikan dan tidak memerlukan usaha yang berlebihan (Aulia dkk., 2024).

Menurut Sefiana dan Hana (2023), dalam TAM kedua persepsi ini menjadi faktor utama yang mempengaruhi penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi. Jika seseorang merasa bahwa teknologi tersebut mudah digunakan dan memberikan manfaat yang jelas, maka ia akan mengembangkan sikap positif (*attitude towards using*) terhadap teknologi tersebut. Sikap positif ini kemudian akan meningkatkan niat perilaku (*behavioral intention to use*) yang pada akhirnya menentukan apakah teknologi tersebut akan benar-benar digunakan dalam tindakan nyata (*actual technology use*).

Dalam konteks pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) secara daring, TAM diyakini dapat mempengaruhi sikap serta minat perilaku (*behavioral intention*) individu dalam penggunaan suatu sistem, terutama apabila sistem tersebut dianggap bermanfaat dan mudah digunakan (Aulia dan Primada, 2023). Dengan demikian, kerangka TAM memberikan landasan teoritis yang kuat untuk menganalisis faktor-faktor yang mendorong adopsi teknologi dalam konteks keagamaan dan filantropi digital.

2.7.1 Persepsi Manfaat (Perceived Usefulness)

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merujuk pada keyakinan individu mengenai sejauh mana suatu teknologi dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989). Dalam konteks perbankan digital, persepsi manfaat mencerminkan sejauh mana nasabah merasa bahwa fitur yang tersedia dapat memberikan manfaat nyata, seperti efisiensi waktu, kemudahan transaksi, dan pengelolaan keuangan yang lebih praktis.

Davis (1989) juga mengemukakan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor utama yang mempengaruhi adopsi teknologi dalam *Technology Acceptance Model* (TAM). Persepsi ini memiliki peran penting dalam membentuk sikap dan intensi penggunaan, terutama jika fitur-fitur layanan mampu memenuhi kebutuhan nasabah secara nyata. Sebuah teknologi dikatakan bermanfaat apabila penggunaannya memberikan keuntungan bagi penggunanya (Sefiana dan Hana, 2023).

Prakarsa dkk (2023) menambahkan bahwa persepsi manfaat membantu menjelaskan mengapa individu memilih untuk mengadopsi dan menggunakan sistem atau teknologi informasi tertentu, serta merasakan manfaat dari penggunaannya. Oleh karena itu, semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin tinggi kecenderungan individu untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi secara berkelanjutan.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat dapat mendorong seseorang untuk menggunakan teknologi yang dianggap praktis dan bermanfaat dalam membantu mempercepat kegiatannya. Semakin berguna suatu teknologi dipersepsikan maka semakin tinggi kecenderungan individu untuk menggunakannya.

2.7.1.1 Tingkatan Manfaat

Triningsih (2018) mendefinisikan kemanfaatan (*usefulness*) sebagai tingkatan dimana keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi mereka. Selain itu, ia membagi tingkatan pemanfaatan dalam teknologi menjadi dua kategori utama yaitu, pemanfaatan dengan estimasi satu faktor dan pemanfaatan dengan estimasi dua faktor yang melibatkan kemanfaatan serta efektivitas. Untuk pemanfaatan dengan estimasi dua faktor, Triningsih (2018) dalam Fatmawati (2023) membaginya menjadi dua kategori, yaitu kemanfaatan dan efektivitas, masing-masing dengan dimensi kelompok sebagai berikut:

1. Kemanfaatan meliputi dimensi:
 - a) Menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*), mudah mempelajari dan mengoperasikan suatu teknologi dalam mengerjakan pekerjaan yang diinginkan oleh seseorang dan dapat memberikan keterampilan agar pekerjaannya lebih mudah.
 - b) Bermanfaat (*usefull*), suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu

terdapat manfaat atau faedah untuk dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut.

- c) Menambah produktifitas (*increase productivity*), merupakan sikap mental yang selalu mempunyai pandangan bahwa kehidupan seseorang akan bertambah atau meningkatkan produktivitasnya dalam suatu kegiatan yang dimilikinya agar menjadi lebih baik.

2. Efektivitas meliputi dimensi:

- a) Mempertinggi efektifitas (*enhance effectiveness*), bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan membantu seseorang agar aktifitas sehari-hari menjadi meningkat dalam melakukan suatu pekerjaan.
- b) Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*), dengan menggunakan suatu teknologi tertentu dapat membantu mengembangkan kinerja pekerjaan seseorang dalam dunia pekerjaan yang dimiliki oleh orang tersebut.

2.7.1.2 Indikator Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan keyakinan bahwa penggunaan suatu sistem teknologi dapat meningkatkan kinerja penggunaannya (Davis,1989). Konsep ini menekankan evaluasi instrumental pengguna terhadap sejauh mana teknolog memberikan manfaat nyata dalam efektivitas, produktivitas, dan kemudahan penyelesaian tugas. Dalam penelitian ini, indikator persepsi manfaat disusun berdasarkan

Davis (1989) yang diadaptasi dari penelitian Nihayah dan Purnama (2024). Adapun indikator yang di digunakan meliputi empat aspek berikut:

1. Bermanfaat (*Usefull*)

Indikator ini mengukur seberapa besar pengguna merasa bahwa menggunakan fitur ini memberikan manfaat penting dalam kegiatan sehari-hari mereka. Teknologi dapat dianggap berguna apabila mampu meningkatkan hasil kerja, menambah nilai, dan memudahkan pencapaian tujuan pengguna (Davis, 1989). Pada fitur BSI Maslahat, manfaatnya terlihat ketika proses berinfak menjadi lebih cepat dan praktis dari pada metode manual. Penilaian positif terhadap manfaat ini akan memperkuat pandangan pengguna bahwa sistem ini layak digunakan.

2. Efektivitas (*Effectiveness*)

Efektivitas mengukur sejauh mana teknologi membantu pengguna menyelesaikan tugas dengan lebih optimal dan efisien. Menurut Davis (1989), sistem yang bisa meningkatkan efektivitas akan dipersepsikan lebih bermanfaat karena mampu memperbaiki kualitas dan kecepatan proses kerja. Dalam fitur BSI Maslahat, efektivitasnya terlihat ketika pengguna merasa bahwa fitur membuat pelaksanaan infak lebih terarah, aman, dan minim hambatan. Persepsi efektivitas yang tinggi akan meningkatkan keyakinan terhadap manfaat sistem.

3. Meningkatkan Produktivitas (*Productivity Enhancement*)

Indikator ini menunjukkan seberapa jauh teknologi dapat membantu meningkatkan produktivitas pengguna dengan menghemat waktu, mengurangi langkah-langkah, dan mempercepat penyelesaian aktivitas (Davis, 1989). Pada fitur BSI Maslahat, produktivitas meningkat karena pengguna bisa menyalurkan infak kapan saja tanpa perlu mendatangi tempat fisik. Proses yang lebih efisien ini membuat pengalaman pengguna lebih maksimal dan dapat memperkuat persepsi bahwa teknologi dapat berguna.

4. Mempermudah Pekerjaan (*Make Job Easier*)

Indikator ini menilai seberapa besar teknologi dapat menyederhanakan pekerjaan atau proses yang sebelumnya lebih kompleks. Davis (1989) menjelaskan bahwa teknologi dapat mengurangi kerumitan tugas akan dipersepsikan sangat bermanfaat dan meningkatkan niat penggunaan. Dalam fitur BSI Maslahat, kemudahan terlihat dari penyederhanaan proses infak menjadi beberapa langkah sederhana lewat mobile banking atau ATM.

2.7.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*)

Menurut Davis (1989) *perceived ease of use* diartikan sebagai tingkat keyakinan bahwa menggunakan suatu sistem teknologi tidak akan menyulitkan atau membutuhkan usaha berat. Konsep “kemudahan” ini berarti bebas dari hambatan dan usaha yang berlebihan, dimana “usaha” sendiri diartikan sebagai sumber

daya terbatas (tenaga dan pikiran) yang dikerahkan seseorang untuk suatu kegiatan (Wangsadinata dkk., 2021). Penjelasan ini kemudian diperkuat oleh Jogiyanto (2007:114) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan bahwa suatu teknologi dapat dioperasionalkan dengan jelas, mudah dipelajari, serta bebas dari kesulitan.

Lebih lanjut, kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha yang besar dalam penggunaannya atau usaha tidak mengurangi waktu maupun tenaga seseorang dalam mempelajari sistem tersebut (Davis, 1989). Definisi ini menekankan pada keyakinan pengguna akan kemudahan penggunaan suatu sistem. Faktor kemudahan ini memiliki dampak langsung terhadap perilaku, dimana semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan dalam menggunakan suatu sistem, maka semakin tinggi pula tingkat adopsi dan pemanfaatannya.

Persepsi kemudahan penggunaan memiliki peran yang sangat krusial karena menjadi pondasi dalam validasi teknologi baru. Mengingat pemahaman setiap pengguna berbeda, konsep ini menjadi acuan yang terukur untuk menilai kemudahan pengoperasian suatu teknologi (Prakarsa dkk., 2023). Dalam konteks pembayaran infak melalui fitur BSI Maslahat, persepsi kemudahan penggunaan akan menentukan sejauh mana nasabah merasa tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan fitur tersebut dalam bertransaksi.

2.7.2.1 Faktor-Faktor Kemudahan Teknologi

Kemudahan teknologi dipengaruhi oleh beberapa faktor berkaitan dengan desain, persepsi dan juga dukungan terhadap penggunaan teknologi tersebut. Menurut (Fathurrohman, 2024), terdapat tiga faktor utama dalam menentukan kemudahan penggunaan teknologi yaitu sebagai berikut:

- 1) Faktor pertama adalah pengguna akan dapat menggunakan teknologi dengan lebih mudah jika teknologi tersebut dirancang dengan baik dan sering digunakan
- 2) Faktor kedua adalah reputasi teknologi. Jika teknologi memiliki reputasi atau gambaran yang baik maka pengguna akan lebih yakin dan percaya bahwa teknologi tersebut bermanfaat.
- 3) Faktor ketiga adalah ketersediaan jaringan pendukung yang mempengaruhi pengguna tentang seberapa luas jaringan pengguna teknologi.

2.7.2.2 Indikator Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*)

Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*) merupakan keyakinan bahwa penggunaan suatu sistem bebas dari usaha (*free of effort*). Davis (1989) mendefinisikan PEOU sebagai *the degree to which believes that using a particular system would be free of effort*. Dimana definisi ini menegaskan bahwa semakin sedikit usaha fisik yang diperlukan pengguna dalam

mengoperasikan suatu sistem, maka semakin besar tingkat kemudahan penggunaan yang dirasakan. Dalam penelitian ini indikator kemudahan penggunaan merujuk pada konsep Venkatesh dan Davis yang diadaptasi dari Habibah dan Nurafni (2024). Adapun indikator tersebut sebagai berikut :

1) Kemudahan pemahaman (*clear and understandable*)

Indikator ini menggambarkan seberapa jauh fitur dapat dipahami dengan jelas tanpa menimbulkan kebingungan. Suatu sistem dapat dianggap mudah dipahami apabila informasi, menu, petunjuk, serta alur prosesnya tersaji secara sederhana dan logis. Sebagaimana ditegaskan oleh Davis (1989) bahwa teknologi yang tidak membutuhkan usaha ekstra untuk dipahami akan lebih memudahkan penggunaannya. Pada fitur BSI Maslahat, kemudahan pemahaman dapat terlihat ketika pengguna langsung dapat mengikuti langkah berinfak tanpa penjelasan tambahan.

2) Kemudahan pengendalian (*controllable*)

Pada indikator ini menilai sejauh mana pengguna merasa mampu mengendalikan proses penggunaan fitur sesuai keinginannya. Sistem yang responsif dan navigasi yang dapat dipahami dengan mudah akan mengurangi usaha pengguna dalam pengoperasiannya, sejalan dengan pandangan Davis (1989) bahwa kemudahan penggunaan berkaitan dengan berkurangnya usaha yang harus diberikan. Dalam konteks fitur BSI Maslahat, kemudahan

pengendalian muncul ketika pengguna merasa dapat mengoperasikan fitur sesuai keinginannya, seperti memilih nominal infak atau mengantar jenis dana dengan leluasa.

3) Kemudahan belajar (*easy to learn*)

Indikator ini menggambarkan sejauh mana fitur dapat dipelajari dengan cepat. Sistem yang mudah dipelajari tidak membutuhkan usaha mental dan fisik yang besar sesuai dengan konsep PEOU menurut Davis (1989). Suatu fitur dinilai mudah dipelajari apabila pengguna dapat memahami fungsinya hanya dalam beberapa percobaan. Pada fitur BSI Maslahat, kemudahan belajar tampak dari pengalaman pengguna yang mampu memahami langkah-langkah transaksi infak tanpa menghadapi kesulitan yang berarti.

4) Kemudahan penggunaan (*easy to use*)

Indikator ini menilai sejauh tingkat kenyamanan dan kelancaran dalam menjalankan fitur tanpa merasa terbebani. Teknologi yang “bebas usaha” merupakan inti dari PEOU menurut Davis (1989), sehingga semakin simpel langkah penggunaan maka semakin tinggi kemudahan penggunaan yang dirasakan. Dalam fitur BSI Maslahat, kemudahan penggunaan terlihat dari tampilan yang sederhana, dan proses yang dapat dilakukan dengan nyaman melalui aplikasi maupun ATM.

2.8 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan 10 (sepuluh) penelitian terkait sebagai wadah dalam mencari inspirasi baru serta menjadi perbandingan mengenai kelebihan dan kekurangan dalam penelitian selanjutnya, Meskipun objek dan subjek memiliki perbedaan pada penelitian, Hasil penelitian tersebut tetap dijadikan sebagai referensi untuk menyelesaikan penelitian ini.

Habibah U & Nurafini F (2024), dengan judul penelitian “pengaruh Persepsi kegunaan, kemudahan dan risiko terhadap minat membayar zakat, infak dan shodaqoh menggunakan fitur berbagi-Ziswaf BSI”. Metode yang digunakan adalah kuantitatif melalui penyebaran kuesioner, dengan jumlah responden sebanyak 106 responden. Teknik yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Analisis data menggunakan teknik SEM-PLS. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yakni persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam membayar ZIS menggunakan fitur berbagi ziswaf-BSI, persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam membayar ZIS menggunakan fitur berbagi ziswaf-BSI, dan persepsi resiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat nasabah dalam membayar ZIS menggunakan fitur berbagi ziswaf-BSI.

Latifah G & Khadijah N (2025) dengan judul ”Pengaruh kemudahan, keamanan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah membayar ZISWAF melalui Mobile Banking”. Menggunakan

metode kuantitatif melalui penyebaran kuesioner dengan responden sebanyak 100 responden. Teknik Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear berganda menggunakan SPSS ver.30. Adapun hasil yang diperoleh yakni, kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah, lalu keamanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat nasabah.

Daudshah F & Yetti F (2022), dengan judul “faktor-faktor yang mempengaruhi intensi nasabah berinfak pada BSI Mobile”. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji teori TAM dan konstruk religiusitas terhadap minat berinfak nasabah. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jumlah populasi sebanyak 100. Sumber data primer dengan teknik kuesioner, analisis data menggunakan metode *partial least square* yang diolah melalui *software* SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior intention*, *perceived ease of use* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *behavior intention* dan religiusitas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *behavior intention*.

Aulia, D.M.B., Sudaryanti, D., & Nandiroh, U (2024), dengan judul “Determinan generasi z dalam pembayaran ziswaf secara online”. Menggunakan metode kuantitatif. Dengan jumlah sampelnya sebanyak 100 responden. Pengumpulan data

menggunakan kuesioner dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan regresi linear berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yakni persepsi kemudahan berpengaruh sangat signifikan terhadap pembayaran ZISWAF secara online, persepsi manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembayaran ZISWAF secara online, dan Literasi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap pembayaran ZISWAF secara online.

Astuti W & Prijanto B (2021), dengan judul “faktor yang mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat melalui kitabisa.com: pendekatan *Technology Acceptance Model* dan *Theory Of Planned Behavior*”. Penelitian ini menganalisis pola hubungan perspektif kemudahan, kegunaan, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap minat muzakki. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan structural equation modeling (SEM). Alat yang digunakan dalam analisis adalah *software* SmartPLS versi 3. Teknik pengumpulan data primer melalui penyebaran kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 180 responden. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yakni menunjukkan bahwa minat muzaki dalam membayar zakat melalui Kitabisa.com dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan. Lalu persepsi kegunaan dan persepsi

kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap. Sedangkan persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan zakat digital. Di samping itu, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan zakat digital.

Humaero A., Muhammad M., & Yuyun A (2025) dengan judul “pengaruh kemudahan, keamanan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan fitur berbagi-ziswaf pada mobile banking” Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif (hubungan). Sumber data primer melalui penyebaran kuesioner dan penentuannya menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden. Analisis data menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil yang diperoleh pada penelitian menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan kemudahan, keamanan dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan fitur berbagi ZISWAF.

Fatmawati E (2024), dengan judul “Determinan penggunaan fitur berbagi ziswaf pada BSI Mobile” penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 98 responden melalui penyebaran kuesioner. Metode yang digunakan untuk analisis data yakni regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Berdasarkan hasil penelitian ini

menunjukkan bahwa kemudahan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan berbagi berbagi ZISWAF pada BSI Mobile, sedangkan kepercayaan dan manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI Mobile. Secara simultan, kemudahan, kepercayaan, dan manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI Mobie.

Revita B.S (2026) “ Pengaruh ease of use, trust, dan literasi digital, terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online (studi masyarakat di Bandar Lampung) Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sumber data menggunakan data primer yang disebar melalui kuesioner kepada 96 responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ease of use, trust dan literasi digital berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online.

Sefiana A.Z & Hana K.F (2025) dengan judul “pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan aplikasi Byond by Bank Syariah Indonesia dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)”. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatori. Data dikumpulkan dari 80 responden melalui penyebaran kuesioner. Analisis data menggunakan path analysis dengan bantuan SPSS. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yakni persepsi manfaat maupun persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap

minat menggunakan aplikasi Byond, dengan kemudahan sebagai faktor yang paling dominan.

Irawati N & Fitriyani E.N (2022), dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat sedekah non tunai”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, pendapatan, dan religiusitas terhadap minat sedekah non tunai dengan kepercayaan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengolah data primer yang dihimpun dari kuesioner yang diberikan kepada 100 masyarakat muslim kota salatiga yang menjadi sampel penelitian. Analisis pada penelitian ini menggunakan analisis linear berganda dengan bantuan SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat sedekah non tunai. Sedangkan religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat sedekah non tunai. Serta kepercayaan mampu memoderasi pengaruh persepsi kemudahan, pendapatan, dan religiusitas terhadap minat sedekah non tunai.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Identitas Penelitian	Hasil penelitian
1	Habibah U & Nurafini F (2024), “pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan dan resiko terhadap minat membayar zakat, infak, dan shodaqoh menggunakan fitur berbagi-ziswaf BSI”	Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yakni persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam membayar ZIS menggunakan fitur berbagi ziswaf-BSI, persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam membayar ZIS menggunakan fitur berbagi ziswaf-BSI, dan persepsi resiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan

No	Identitas Penelitian	Hasil penelitian
		terhadap minat nasabah dalam membayar ZIS menggunakan fitur berbagi ziswaf-BSI.
2	Latifah G & Khadijah N (2025) "Pengaruh kemudahan, keamanan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah membayar ZISWAF melalui Mobile Banking".	Secara parsial kemudahan dan kepercayaan signifikan dan positif sedangkan keamanan hanya positif tetapi tidak signifikan. Lalu, secara simultan Kemudahan, keamanan dan kepercayaan secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk membayar ziswaf melalui aplikasi mobile banking syariah.
3	Daudshah F & Yeti F (2022) "faktor-faktor yang mempengaruhi intensi nasabah berinfak pada BSI Mobile".	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>perceived usefulness</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap behavior intention, <i>perceived ease of use</i> tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap behavior intention dan religiusitas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap <i>behavior intention</i> .
4	Aulia, D.M.B., Sudaryanti, D., & Nandiroh, U (2024) "Determinan generasi z dalam pembayaran ziswaf secara online"	Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yakni persepsi kemudahan berpengaruh sangat signifikan terhadap pembayaran ZISWAF secara online, persepsi manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembayaran ZISWAF secara online, dan Literasi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap pembayaran ZISWAF secara online.
5	Astuti W & Prijanto B (2021), " faktor -yang mempengaruhi minat muzaki dalam membayar zakat melalui kitabisa.com: pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> dan <i>Theory Of Planned Behavior</i> "	Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yakni menunjukkan bahwa minat muzaki dalam membayar zakat melalui Kitabisa.com dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan. Lalu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap. Sedangkan persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat

No	Identitas Penelitian	Hasil penelitian
		menggunakan layanan zakat digital. Di samping itu, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan zakat digital.
6	Humaero A., Muhammad M., & Yuyun A (2025) “ pengaruh kemudahan, keamanan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan fitur berbagi-ziswaf pada mobile banking”	Hasil yang diperoleh pada penelitian menunjukkan secara simultan maupun parsial kemudahan, keamanan dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan fitur berbagi ziswaf.
7	Fatmawati E (2024),“Determinan penggunaan fitur berbagi ziswaf pada BSI Mobile”	Kemudahan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI Mobile, sedangkan kepercayaan dan manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI Mobile. Secara simultan, kemudahan, kepercayaan, dan manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI Mobie.
8	Revita B.S (2026) “ Pengaruh ease of use, trust, dan literasi digital, terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online (studi masyarakat di Bandar Lampung)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ease of use, trust dan literasi digital berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online.
9	Sefiana A.Z & Hana K.F (2025) “Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan aplikasi Byond by bank Syariah indonesia dengan pendekatan technology acceptance (TAM)”	Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yakni persepsi manfaat maupun persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi Byond, dengan kemudahan sebagai faktor yang paling dominan
10	Irawati N & Fitriyani E.N (2022), “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat sedekah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap

No	Identitas Penelitian	Hasil penelitian
	non tunai”	minat sedekah non tunai. Sedangkan religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat sedekah non tunai. Serta kepercayaan mampu memoderasi pengaruh persepsi kemudahan, pendapatan, dan religiusitas terhadap minat sedekah non tunai.

Penelitian Habibah U dan Nurafini F (2024), memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang diteliti oleh penelitian yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. perbedaannya penelitian habibah berfokus pada nasabah BSI di Kota Surabaya dan menggunakan variabel persepsi resiko. Tidak hanya itu, teknik analisis yang digunakan juga berbeda penelitian ini menggunakan teknik SEM-PLS dan peneliti menggunakan regresi linear berganda

Penelitian Latifah D & Khadijah N (2025) Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah sama-sama menggunakan kemudahan penggunaan dan juga menggunakan pendekatan kuantitatif. Perbedaannya penelitian Latifah D & Khadijah N menggunakan tambahan variabel kepercayaan dan keamanan sedangkan penelitian ini tidak, juga pada penelitian salsabila hanya menggunakan 100 sampel dan peneliti menggunakan 400 sampel.

Penelitian Daudshah F & Yetti F (2022) memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu yaitu terletak

pada variabel religiusitas juga teknik analisis yang berbeda penelitian Daudshah menggunakan *partial least square* yang diolah melalui *software* SmartPLS dan peneliti menggunakan regresi linear berganda yang diolah menggunakan SPSS.

Penelitian Aulia, D.M.B., Sudaryanti, D., & Nandiroh, U (2024) memiliki kesamaan dengan penelitian ini, yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data kuesioner. Adapun perbedaannya terletak pada objek dan fokus penelitian. Penelitian Aulia dkk berfokus pada generasi Z sebagai objek penelitian, sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti berfokus pada nasabah BSI di kota Banda Aceh. Selain itu, penelitian terdahulu mengkaji ZISWAF dan peneliti hanya mengkaji infak melalui fitur BSI Maslahat.

Penelitian Astuti W & Prijanto B (2021) memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu sama-sama menggunakan pendekatan Technology acceptance model (TAM) untuk menganalisis persepsi pengguna, serta menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Sedangkan perbedaannya terletak pada model penelitian yang akan dilaksanakan, penelitian Astuti & Prijanto menggunakan SmartPLS (*Partial Least Square*) sebagai alat analisis dengan jumlah sampel sebanyak 180 sampel lalu pada penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan model OLS (*Ordinary Least Square*) dengan jumlah sampel sebanyak 400 sampel.

Penelitian Humaero A., Muhammad M., & Yuyun A (2025) memiliki persamaan dengan penelitian yang dilaksanakan yaitu sama-sama menggunakan variabel kemudahan serta menggunakan metode kuantitatif. Adapun objek dan fokus penelitian, penelitian terdahulu berfokus fitur berbagi ziswaf yang hanya ada di mobile banking dengan populasi nasabah BSI KCP Lombok Praya. Sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan berfokus pada pembayaran infak melalui fitur BSI Maslahat dengan populasi nasabah BSI di kota Banda Aceh.

Penelitian Fatmawati E (2024) memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada penggunaan variabel manfaat dan kemudahan serta sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah terdapat penambahan variabel kepercayaan pada penelitian Fatmawati. Selain itu fokus kajian pada penelitian terdahulu mencakup Ziswaf sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan hanya akan berfokus pada infak.

Penelitian Revita B.S (2026) Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan variabel persepsi kemudahan yang dikaji dalam konteks minat masyarakat dalam penggunaan layanan digital untuk melakukan zakat maupun infaq. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada variabel dependen dan objek penelitian. Pada penelitian Revita menggunakan tambahan literasi digital

dengan objek penelitian berupa masyarakat Bandar Lampung dan penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan minat berinfak sebagai variabel dependen dan objek penelitian adalah nasabah BSI di Kota Banda Aceh.

Penelitian Sefiana A.Z & Hana K.F (2025) memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu pada penggunaan variabel persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan serta penerapan pendekatan TAM, kedua nya juga sama sama menggunakan metode kuantitatif. sedangkan perbedaan terletak pada fokus penelitian yang berbeda, sefiana meneliti minat penggunaan aplikasi Byond dan penelitian yang akan dilaksanakan berfokus pada minat berinfak melalui fitur BSI Maslahat. Selain itu, penelitian terdahulu melibatkan 80 responden dari populasi generasi Z di wilayah kodus, pati, jepara, dan Demak. Sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan melibatkan 400 responden dari populasi nasabah BSI di Kota Banda Aceh.

Persamaan penelitian Irawati N dan Fitriyani E.N (2022) dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada penggunaan metode kuantitatif dan adanya kesamaan variabel, yaitu variabel persepsi kemudahan. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada fokus kajian yang mana penelitian yang akan dilaksanakan hanya fokus pada minat berinfak, sedangkan penelitian terdahulu meneliti minat sedekah non tunai.

Tabel 2. 2
Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Perbedaan	Persamaan
1	Habibah U & Nurafini F (2024)	Letak lokasi penelitian, variabel persepsi risiko, serta SEM-PLS	Menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data kuesioner
2	Latifah D & Khadijah N (2025)	Menggunakan variabel kepercayaan dan juga keamanan jumlah sampel 100 responden sedangkan peneliti menggunakan 400 responden	Menggunakan metode kuantitatif, menggunakan variabel yang sama yaitu kemudahan
3	Daudshah F & Yetti F (2022)	Terdapat penambahan variabel religiusitas dan jumlah sampel yang berbeda	Menggunakan teori TAM dan metode kuantitatif
4	Aulia.D.M.B., dkk (2024)	Fokus penelitian yang berbeda serta subjek dan lokasi yang berbeda	Menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner
5	Astuti W & Prijanto B (2021)	Menggunakan metode penelitian yang berbeda, letak dan jumlah sampel yang berbeda	Menggunakan teori TAM dan metode kuantitatif
6	Humaero A., Muhammad M., & Yuyun A (2025)	Terdapat variabel yang berbeda yaitu keamanan dan kepercayaan, tempat penelitian yang berbeda	Menggunakan variabel yang sama yaitu kemudahan, menggunakan pendekatan kuantitatif
7	Fatmawati E (2024)	Terdapat perbedaan pada variabel "kepercayaan"	Terdapat variabel yang sama, menggunakan metode kuantitatif
8	Revita B.S (2026)	Lokasi penelitian dan letak pengambilan sampel	Menggunakan metode pendekatan kuantitatif
9	Sefiana A.Z & Hana K.F (2025)	Variabel dependen berbeda pada minat berinfak dan minat penggunaan aplikasi	Menggunakan pendekatan kuantitatif, sama sama menggunakan TAM
10	Irawati N & Fitriyani E.N (2022)	Fokus penelitian berbeda pada minat berinfak dan minat sedekah non tunai	Terdapat variabel yang sama, pendekatan kuantitatif

2.9 Hubungan Antar Variabel

2.9.1 Hubungan Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) Terhadap Minat Berinfak

Persepsi manfaat memberi gambaran sejauh mana suatu fitur dalam penggunaan teknologi dapat memberikan kemudahan, efisiensi dan nilai tambahan terhadap aktivitas yang dilakukan. Penelitian Habibah & Nurafini (2024) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat membayar ZIS melalui fitur berbagi ZISWAF BSI Mobile. Hal serupa juga ditunjukkan Daudshah F & Yetti F (2022) yang menemukan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Penelitian Aulia, sudaryanti, dan nandiroh (2024) turut menguatkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap pembayaran ZISWAF online.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan pada suatu fitur, maka semakin besar minat terhadap penggunaan fitur tersebut. Dalam konteks fitur BSI Maslahat, manfaat yang dirasakan nasabah dalam mempermudah dan mengefisienkan proses berinfak dapat mendorong munculnya minat untuk menggunakan fitur tersebut sebagai sarana berinfak.

2.9.2 Hubungan Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) Penggunaan Terhadap Minat Berinfak

Persepsi kemudahan penggunaan merujuk pada keyakinan bahwa penggunaan suatu sistem dapat mudah dipahami dan tidak membutuhkan usaha yang besar dalam pengoperasionalannya. Dalam praktiknya, kemudahan sangat menentukan kenyamanan pengguna dalam bertransaksi secara digital.

Penelitian Salsabila N (2024) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berinfak melalui BSI Mobile. Habibah dan nurafini (2024) juga menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat membayar ZIS melalui fitur berbagi ZISWAF BSI Mobile. Penelitian Aulia, Sudaryanti, dan Nandiroh (2024) juga menegaskan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat membayar ZISWAF secara online.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa semakin mudah suatu fitur digunakan maka semakin tinggi minat seseorang dalam menggunakan fitur tersebut. sama halnya dengan fitur BSI Maslahat, semakin mudah fitur tersebut digunakan maka semakin besar minat nasabah dalam menggunakannya.

2.9.3 Hubungan Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Berinfak

Model TAM menjelaskan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan merupakan dua faktor utama dalam mempengaruhi niat terhadap penggunaan teknologi. Kedua variabel ini saling berkaitan, kemudahan dapat meningkatkan manfaat yang dirasakan dan manfaat yang besar dapat mendorong dalam menggunakan layanan.

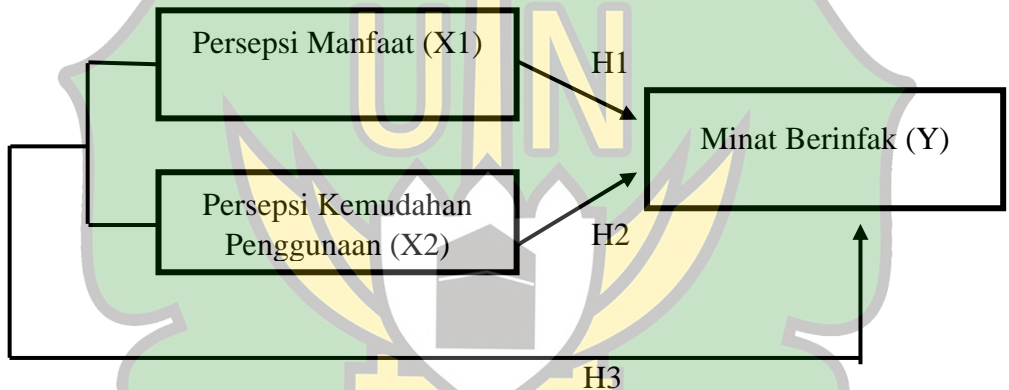
Penelitian Habibah dan Nurafini (2024) menemukan bahwa manfaat dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat membayar ZIS melalui fitur berbagi ZISWAF. Sama halnya dengan Ichwan dan Ghofur (2020) yang menjelaskan bahwa kedua variabel tersebut secara parsial maupun simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui fintech gopay. Fatmawati (2024) menambahkan bahwa manfaat dan kemudahan memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap penggunaan fitur berbagi ZISWAF BSI.

Dalam konteks fitur BSI Maslahat, manfaat serta kemudahan yang dirasakan oleh pengguna dapat membentuk persepsi positif terhadap fitur tersebut, persepsi positif ini ketika didukung oleh desain dan penyajian fitur yang tepat dapat mendorong minat nasabah untuk berinfak melalui fitur tersebut.

2.10 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual atau gambaran yang menunjukkan alur kajian penelitian, yaitu bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai permasalahan (Sugiyono, 2023). Maka dari itu kerangka pemikiran dapat dilihat dari pada gambar skema pemikiran penelitian adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran



Keterangan :

1. Variabel terikat (variabel dependen) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau dengan kata lain merupakan akibat yang ditimbulkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah minat berinfak.
2. Variabel bebas (variabel independen) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat atau menjadi faktor

penyebab munculnya perubahan pada variabel tersebut. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini meliputi persepsi Manfaat (X₁) dan persepsi kemudahan penggunaan (X₂).

2.11 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu dugaan atau pernyataan yang diajukan untuk menjawab permasalahan penelitian, namun kebenarannya belum dapat dipastikan karena masih bersifat sementara dan memerlukan pembuktian melalui pengujian lebih lanjut. Berdasarkan kerangka konseptual dan hubungan antar variabel diatas, pengembangan hipotesis dijelaskan sebagai berikut:

- H1 : Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinfak melalui Fitur BSI Maslahat
- H2 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinfak melalui Fitur BSI Maslahat
- H3 : Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara simultan terhadap minat berinfak melalui Fitur BSI Maslahat

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2023:16) penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang berbasis data empiris dan menggunakan sampel populasi. Datanya dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi nasabah terhadap minat berinfak nasabah melalui Fitur BSI Maslahat di Kota Banda Aceh. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan pengukuran dengan skala likert. Kuesioner terdiri dari pertanyaan dan pernyataan yang sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Pada penelitian ini, lokasi yang dipilih adalah kota Banda Aceh. Objek penelitian yang dilakukan pada nasabah BSI yang menggunakan Mobile Banking dan ATM. Alasan pemilihan lokasi ini adalah karena Banda Aceh merupakan ibu kota provinsi, dimana hal ini membuat Banda Aceh menjadi pusat kegiatan ekonomi dan keuangan di wilayah Aceh sehingga pola transaksi dan perilaku keuangan masyarakat relatif representatif untuk studi mengenai layanan perbankan digital. Tidak hanya itu, tingkat religiusitas dan

tradisi beramal masyarakat Banda Aceh juga relatif tinggi sehingga relevan untuk dilakukan penelitian pada lokasi ini.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2023:126) populasi adalah wilayah umum/general yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan, diteliti, dan diambil kesimpulannya oleh peneliti.

Populasi pada penelitian ini adalah nasabah BSI yang memiliki layanan Mobile Banking dan menggunakan ATM di Kota Banda Aceh. Namun, jumlah pasti pengguna layanan tersebut tidak diketahui secara jelas karena keterbatasan data yang tersedia. Kota Banda Aceh sendiri secara administratif terbagi menjadi 9 kecamatan yaitu Kuta Alam, Baiturrahman, Jaya Baru, Banda Raya, Kuta Raja, Lueng Bata, Meuraxa, Syiah Kuala, Ulee Kareng.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ukuran dan karakteristik tertentu. Jumlah sampel yang digunakan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti ketersediaan sumber daya manusia, waktu, serta sarana penelitian yang dimiliki untuk menjangkau seluruh populasi (Sugiyono, 2023:127). Pada penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan model pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Teknik *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang

tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi sampel. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Hal ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang relevan dan mendalam sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai karakteristik populasi yang diteliti. Adapun kriteria responden adalah sebagai berikut:

- a) Nasabah Bank Syariah Indonesia
- b) Pernah menggunakan Mobile Banking dan/atau ATM Bank Syariah Indonesia
- c) Berdomisili di Kota Banda Aceh

Karena jumlah populasi belum diketahui secara pasti, peneliti menggunakan rumus Cochran untuk menentukan jumlah sampel (Ibrahim, 2023).

$$\text{Rumus Cochran : } n = \frac{Z^2(p)(q)}{e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95%, dengan nilai 1,96

P = Peluang benar 50% = 0,5

Q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error), 5% = 0,05

Adapun jumlah ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2(p)(q)}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025} = 384.16$$

Dari hasil perhitungan, diperoleh jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 385 responden dibulatkan oleh peneliti menjadi 400 responden, guna apabila terjadi kerusakan pada kuesioner.

Selanjutnya, untuk memastikan keterwakilan sampel secara proporsional di setiap wilayah, peneliti melakukan alokasi sampel ke masing-masing kecamatan menggunakan teknik *proportional random sampling*. Pengambilan sampel pada setiap kecamatan dilakukan secara proporsional berdasarkan jumlah populasi setiap wilayah (Kecamatan). Mengingat layanan perbankan yang beroperasi di Aceh merupakan layanan bank syariah, dan BSI merupakan market leader yang layanannya tersebar merata diseluruh Banda Aceh, maka jumlah populasi penduduk usia > 17 tahun setiap kecamatan digunakan sebagai proxy karena dianggap paling relevan dengan populasi penelitian (data diambil dari DPT pada pilkada 2024, dengan justifikasi, DPT pasti berumur > 17 tahun). Dengan perhitungan sebagai berikut:

$$nh = \frac{Nh}{N} \times n$$

Dimana :

nh = jumlah sampel dari strata ke-h

Nh = populasi per/kecamatan, diambil dari data DPT pilkada 2024, dengan justifikasi DPT pasti berumur > 17tahun.

N = jumlah total populasi

n = jumlah total sampel yang diambil

1. Meuraxa

Populasi = 16.999

$$\begin{aligned} n_{Meuraxa} &= \frac{16,999}{172,619} \times 400 \\ &= 0,0984769 \times 400 = 39,39 \approx 39 \end{aligned}$$

2. Jaya Baru

Populasi = 17.017

$$\begin{aligned} n_{JayaBaru} &= \frac{17,017}{172,619} \times 400 \\ &= 0,0985812 \times 400 = 39,43 \approx 39 \end{aligned}$$

3. Banda Raya

Populasi = 18.181

$$\begin{aligned} n_{BandaRaya} &= \frac{18,181}{172,619} \times 400 \\ &= 0,1053244 \times 400 = 42,12 \approx 42 \end{aligned}$$

4. Baiturrahman

Populasi = 22.250

$$\begin{aligned}n_{Baiturrahman} &= \frac{22,250}{172,619} \times 400 \\ &= 0,1288965 \times 400 = 51,55 \approx 52\end{aligned}$$

5. Lueng Bata

Populasi = 17.674

$$\begin{aligned}n_{LuengBata} &= \frac{17,674}{172,619} \times 400 \\ &= 0,1023873 \times 400 = 40,95 \approx 41\end{aligned}$$

6. Kuta Alam

Populasi = 28.185

$$\begin{aligned}n_{KutaAlam} &= \frac{28,185}{172,619} \times 400 \\ &= 0,1632786 \times 400 = 65,31 \approx 65\end{aligned}$$

7. Kuta Raja

Populasi = 9.377

$$\begin{aligned}n_{KutaRaja} &= \frac{9,377}{172,619} \times 400 \\ &= 0,0543219 \times 400 = 21,72 \approx 22\end{aligned}$$

8. Syiah Kuala

Populasi = 23.266

$$n_{SyiahKuala} = \frac{23,266}{172,619} \times 400$$

$$= 0,13478238 \times 400 = 53,91 \approx 54$$

9. Ulee Kareng

Populasi = 19.670

$$n_{Uleekareng} = \frac{19,670}{172,619} \times 400$$

$$= 0,1139503 \times 400 = 45,58 \approx 46$$

Tabel 3. 1 Sampel Per Kecamatan

No	Kecamatan	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel
1	Meuraxa	16.999	39
2	Jaya Baru	17.017	39
3	Banda Raya	18.181	42
4	Baiturrahman	22.250	52
5	Lueng Bata	17.674	41
6	Kuta alam	28.185	65
7	Kuta Raja	9.377	22
8	Syiah Kuala	23.266	54
9	Ulee Kareng	19.670	46
10	Total	172.619	400

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber data. Menurut Sugiyono (2023) data primer adalah data yang diberikan secara langsung kepada pengumpul data. Data ini harus dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber pertama yaitu responden dan data ini didapatkan melalui kuesioner yang

berisikan pertanyaan dan pernyataan yang diberikan langsung kepada responden.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Menurut Sugiyono (2023) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan dan pernyataan yang nantinya akan dijawab oleh responden. Pengumpulan data ini sangat efisien apabila peneliti mengetahui dengan jelas variabel yang akan diukur dan apa yang ingin diharapkan dari responden.

Peneliti menggunakan kuesioner melalui *google form* agar dapat memudahkan dalam penyebarannya serta dapat menghemat waktu. Kuesioner tersebut nantinya berisikan pertanyaan dan pernyataan seputar persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan serta minat berinfak melalui Fitur BSI Maslahat.

3.5 Definisi dan Operasional Variabel

3.5.1 Variabel penelitian

Penelitian ini berjudul “pengaruh persepsi nasabah terhadap minat berinfak melalui Fitur BSI Maslahat”. Pada penelitian ini variabel bebas (X) terbagi menjadi dua yang dipecahkan dari variabel persepsi yaitu persepsi Manfaat (X1) dan persepsi kemudahan penggunaan (X2) lalu satu variabel terikat yaitu minat berinfak (Y).

Menurut Sugiyono (2023) variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai yang melekat pada subjek seperti orang, objek, atau kegiatan. Ciri khas variabel adalah adanya variasi yang sengaja ditetapkan oleh peneliti guna diteliti lebih lanjut hingga dapat ditarik suatu kesimpulan.

3.5.1.1 *Dependent Variable (Y)*

Variabel dependen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan yaitu variabel minat berinfak (Y). Yang mana Minat merupakan keinginan atau motivasi untuk melakukan suatu tindakan. Minat tidak bersifat tetap dan dapat mengalami perubahan seiring berjalannya waktu. Minat muncul ketika individu memusatkan perhatian pada suatu hal yang memberikan rasa kepuasan (Jogiyanto (2007:29). Untuk mengukur minat berinfak dalam penelitian ini, digunakan indikator yang diadaptasi dari nudge theory, sebagaimana dijelaskan Sobolev (2021) Aminou & Aboulaich (2017). Indikator tersebut mencakup: Timing pasca-transaksi (post transaction timing), opsi pilihan sederhana (simple choice options), pemingkaian pesan/framing, daya tarik visual dan desain (UI/UX), transparansi informasi.

3.5.1.2 *Variable independen (X)*

Variabel independen adalah variabel yang berdiri sendiri tanpa dipengaruhi oleh variabel lain, sehingga disebut juga sebagai variabel bebas. Variabel ini berperan sebagai faktor yang

mempengaruhi atau penyebab terjadinya perubahan pada variabel terikat (dependent variable), baik secara positif maupun secara negatif. Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan sebagai berikut:

1. Persepsi Manfaat (X1)

Persepsi Manfaat (*perceived usefulness*) merujuk pada keyakinan individu mengenai sejauh mana suatu teknologi dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan kinerjanya. Adapun indikator persepsi Manfaat (*perceived usefulness*) yang digunakan pada penelitian ini yaitu mengacu pada teori persepsi manfaat disusun berdasarkan Davis (1989) yang diadaptasi dari penelitian Nihayah dan Purnama (2024) yaitu: 1. Manfaat (*Usefull*), 2. Efektivitas (*Effectiveness*), 3. Meningkatkan Produktivitas (*Productivity enhancement*) dan 4. Mempermudah pekerjaan (*make job easier*).

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)

Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha yang besar dalam penggunaannya atau usaha tidak mengurangi waktu maupun tenaga seseorang dalam mempelajari sistem tersebut (Davis 1989). Adapun indikator persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) yang digunakan pada penelitian ini merujuk pada konsep Venkatesh dan Davis yang diadaptasi dari Habibah dan Nurafni (2024), yaitu: 1. Kemudahan pemahaman (*clear and understandable*), 2. Kemudahan pengendali

an (*controllable*), 3. Kemudahan belajar (*easy to learn*), 4. Kemudahan penggunaan (*easy to use*).

3.5.2 Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan objek dan metode penelitian, variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Minat Berinfak. Adapun variabel independen (X) yang dianalisis terdiri dari persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan. Proses penelitian ini melalui pengumpulan data lapangan menggunakan penyebaran kuesioner yang kemudian dianalisis secara deskriptif untuk menyajikan hasil mengenai pengaruh kedua variabel independen tersebut terhadap variabel dependen.

Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Indikator	Pernyataan Item
1	Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>) (X1)	Manfaat (<i>Usefull</i>)	1. Saya merasa menggunakan fitur BSI Maslahat dapat membuat proses berinfak lebih cepat dan praktis 2. Fitur BSI Maslahat memberikan manfaat dalam aktivitas berinfak saya
		Efektivitas (<i>Effectiveness</i>)	1. Fitur BSI Maslahat sebagai alternatif penyaluran infak yang tepat (mustahak)
		Meningkatkan produktivitas (<i>Productivity enhancement</i>)	1. Fitur dapat meningkatkan produktivitas ibadah saya karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja 2. Saya merasa bahwa penggunaan fitur BSI Maslahat dapat menghemat waktu dalam menyalurkan infak
		Mempermudah pekerjaan (<i>make a job easier</i>)	1. Dengan adanya fitur BSI Maslahat saya dapat menyalurkan infak dengan cepat dan mudah 2. Fitur ini mempermudah dalam menyalurkan infak tanpa adanya

No	Variabel	Indikator	Pernyataan Item
			kesulitan dalam mengikuti langkah-langkahnya.
2	Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease Of Use</i>) (X2)	kemudahan pemahaman (<i>clear and understandable</i>)	1. Saya dapat memahami cara menggunakan fitur BSI Maslahat dengan mudah tanpa kebingungan. 2. Alur dan proses berinfak di fitur BSI Maslahat tersaji secara sederhana dan mudah dipahami.
		Kemudahan pengendalian (<i>controllable</i>)	1. Saya merasa dapat mengendalikan proses penggunaan fitur sesuai keinginan saya. 2. Navigasi di fitur BSI Maslahat terlihat responsif dan mudah dioperasikan.
		Kemudahan belajar (<i>easy to learn</i>)	1. Saya dapat memahami langkah-langkah berinfak dengan cepat. 2. Fitur BSI Maslahat dapat dipelajari dengan mudah oleh pengguna
		kemudahan penggunaan (<i>easy to use</i>)	1. Fitur ini membuat saya merasa nyaman dan lancar saat menyelesaikan transaksi infak melalui fitur BSI Maslahat. 2. Saya dapat memilih nominal/jumlah dana infak dengan leluasa
3	Minat Berinfak (Y)	Timing pasca transaksi (<i>post transaction timing</i>)	1. Kemunculan fitur BSI Maslahat setelah transaksi dapat mendorong minat saya untuk berinfak 2. Saya memiliki keinginan untuk melakukan infak karena munculnya fitur BSI Maslahat setelah saya melakukan transaksi.
		Opsi pilihan sederhana (<i>simple choice options</i>)	1. Penyajian opsi yang sederhana pada fitur BSI Maslahat membuat saya tertarik untuk berinfak 2. Pilihan yang tidak rumit pada fitur BSI Maslahat meningkatkan minat saya untuk berinfak melalui fitur tersebut
		Pembingkaiian pesan (<i>framing</i>)	1. Pesan ajakan berinfak pada fitur BSI Maslahat mendorong minat saya untuk menggunakan fitur tersebut 2. Penyajian pesan berinfak yang disertai elemen visual yang menarik

No	Variabel	Indikator	Pernyataan Item
			meningkatkan ketertarikan saya untuk berinfak pada fitur BSI Maslahat
		Daya tarik visual dan desain (UI/UX)	1. Tampilan visual fitur BSI Maslahat yang menarik mendorong minat saya terdorong untuk berinfak
		Transparansi informasi	1. Informasi yang disampaikan dengan jelas pada fitur BSI Maslahat meningkatkan minat saya untuk berinfak. 2. Kejelasan dan transparansi informasi pada fitur BSI Maslahat meningkatkan keyakinan saya untuk berinfak

3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan suatu kesepakatan yang menjadi acuan dalam dalam menentukan besar atau kecilnya interval pada suatu alat ukur, sehingga ketika alat ukur tersebut dipakai dalam proses pengukuran akan dapat menghasilkan data kuantitatif. Penelitian ini berpedoman pada skala likert sebagai alat ukur, skala likert merupakan alat ukur yang dipakai dalam mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang maupun kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Variabel yang digunakan dalam pengukuran yaitu indikator yang menjadi dasar untuk menyusun sebuah pertanyaan atau pernyataan dalam instrumen penelitian (Sugiyono, 2023:146). Skala likert memiliki lima jawaban yang berbentuk interval, dimana setiap angka

menunjukkan tingkat atau jenjang tertentu, seperti pada tabel berikut:

Tabel 3. 3 Skala likert

No	Kategori	skala
1	Sangat Setuju (ST)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *software* SPSS (*Statistical product and service solutions*).

3.7.1 Uji Keabsahan Data

3.7.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur sejauh mana instrumen mampu mengukur hal yang seharusnya diukur. Menurut Ghazali (2021:66) uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan-pertanyaan yang ada pada kuesioner dapat mengukur sesuatu yang nantinya

akan diukur oleh kuesioner itu sendiri. Uji validitas memiliki kriteria penilaian sebagai berikut:

- a) Apabila r hitung $>$ r tabel, maka kuesioner tersebut dinyatakan valid.
- b) Apabila r hitung $<$ r tabel, maka kuesioner tersebut tidak valid.

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2021:61) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur kuesioner yang menjadi indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan yang diberikan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah dengan mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0.60.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependen memiliki distribusi data yang bersifat normal atau tidak. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* (Ghozali 2021). Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data terdistribusi secara normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi dengan normal.

3.7.2.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2021:157) uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau korelasi antar variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi. Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah variabel-variabel saling berkaitan secara linear, uji multikolinearitas ini dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai tolerance. Adapun kriteria dari uji multikolinieritas adalah sebagai berikut:

1. Bila nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan *Variance Inflation Factors* (VIF) < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas antar variabel independen pada model regresi.
2. Bila nilai *Tolerance* $< 0,1$ dan *Variance Inflation Factors* (VIF) > 10 , maka dapat disimpulkan terjadi gejala multikolinieritas antar variabel independen pada model regresi.

3.7.2.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas.

(Ghozali, 2021:178). Uji yang digunakan adalah metode *scatterplot*. Dimana sumbu horizontal menggambarkan *Predicted Standardized* sedangkan sumbu vertikal menggambarkan *Residual Studentize*. Adapun dasar dari pengambilan keputusan dalam uji ini yakni sebagai berikut:

1. Jika plot menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu *Regression Studentized Residual* maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.
2. Jika plot membentuk pola tertentu maka terdapat gejala heteroskedastisitas.

3.8 Uji Regresi Linear Berganda

Uji linear berganda pada penelitian ini digunakan untuk menguji sebab-akibat antara dua variabel independen atau lebih dan satu variabel dependen (Ghozali, 2021). Dalam uji ini dapat diamati bagaimana variabel independen yaitu Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan penggunaan (X2), berpengaruh terhadap variabel dependen minat berinfak (Y). Adapun rumus yang digunakan pada regresi linear berganda adalah :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Minat berinfak

α : Konstanta dari persamaan regresi

b_1, b_2 : Koefisien regresi variabel independen

X1 : Persepsi Manfaat

X₂ : Persepsi kemudahan penggunaan

e : *Standard error*

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa berpengaruh variabel bebas dalam menunjukkan variansi variabel terikat. Dan untuk mengukur variabel bebas secara individual dalam mempengaruhi variabel terikat (Ghazali, 2018). Dengan membandingkan T_{hitung} dengan T_{tabel} , apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$ berarti variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Uji T digunakan untuk menguji apakah setiap variabel (independen) secara masing-masing parsial atau individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (dependen) pada tingkat signifikansi dengan menganggap variabel bebas bernilai konstan.

1. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, atau variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
2. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, atau variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.9.2 Uji f (Uji Simultan)

Uji f atau uji simultan digunakan untuk menunjukkan apakah seluruh variabel independen yang terdapat dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh yaitu Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan penggunaan (X2) terhadap minat berinfak melalui Fitur BSI Maslahat.

Untuk pengujian hipotesis ini digunakan kriteria dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya semua variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan keberagaman variabel dependen. Nilai koefisien determinasi mulai dari 0-1. Apabila nilainya kecil maka menunjukkan kemampuan variabel independen dalam mengartikan keberagaman variabel dependen

sangatlah terbatas. Sebaliknya nilai yang mendekati satu menunjukkan variabel bebas mampu memberikan informasi yang dibutuhkan untuk menaksir perubahan variabel terikat (Ghozali, 2018).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kota Banda Aceh merupakan Ibukota Kesultanan Aceh Darussalam yang telah berdiri sejak abad ke-14. Berdirinya kesultanan Aceh Darussalam tidak lepas dari keberadaan kerajaan-kerajaan sebelumnya yang bercorak hindu-budha, seperti kerajaan Indra Purba, kerajaan Indra Patra, serta kerajaan Indrapuri (Indrapuri). Berdasarkan keterangan yang terdapat pada batu nisan Sultan Firmansyah, salah satu sultan yang pernah memerintah kesultanan Aceh, diketahui bahwa pusat pemerintahan Kesultanan Aceh pada masa itu berada di Kutaraja yang sangat dikenal sebagai Banda Aceh.

Berdasarkan letak geografisnya, kota Banda Aceh merupakan wilayah bagian paling barat Sumatera Utara sekaligus berada di ujung pulau tersebut. Secara astronomis, Kota Banda Aceh berada pada koordinat $05^{\circ}16'15''$ – $05^{\circ}36'16''$ Lintang Utara dan $95^{\circ}16'15''$ – $95^{\circ}22'35''$ Bujur Timur. Secara geografis, wilayah Kota Banda Aceh berbatasan dengan Selat Malaka di sebelah utara, kabupaten Aceh Besar, Samudera Hindia di sebelah barat, serta kabupaten Aceh Besar di sebelah timur. Selain itu, kota Banda Aceh memiliki ketinggian rata-rata sekitar 0,80 meter di atas permukaan laut.

Kota Banda Aceh juga memiliki posisi geografis pada koordinat $05^{\circ}30'$ – $05^{\circ}35'$ Lintang Utara dan $95^{\circ}30'$ – $99^{\circ}16'$ Bujur

Timur. Secara administratif, wilayah Kota Banda Aceh terbagi menjadi 9 kecamatan dan 90 gampong yang merupakan unit pemerintahan terkecil di daerah tersebut (BPS Kota Banda Aceh, 2024). Adapun luas masing-masing kecamatan di Kota Banda Aceh dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 1 Luas wilayah masing-masing kecamatan di Kota Banda Aceh

No	Kecamatan	Km	Jumlah Penduduk
1	Meuraxa	7.26	28.153
2	Jaya Baru	3.78	27.874
3	Banda Raya	4.79	27.219
4	Baiturrahman	4.54	32.813
5	Lueng Bata	5.34	26.274
6	Kuta Alam	10.21	43.270
7	Kuta Raja	5.21	15.289
8	Syiah Kuala	14.24	35.056
9	Ulee Kareng	6.15	29.362
Jumlah		61.36	265.310

4.2 Hasil Penelitian

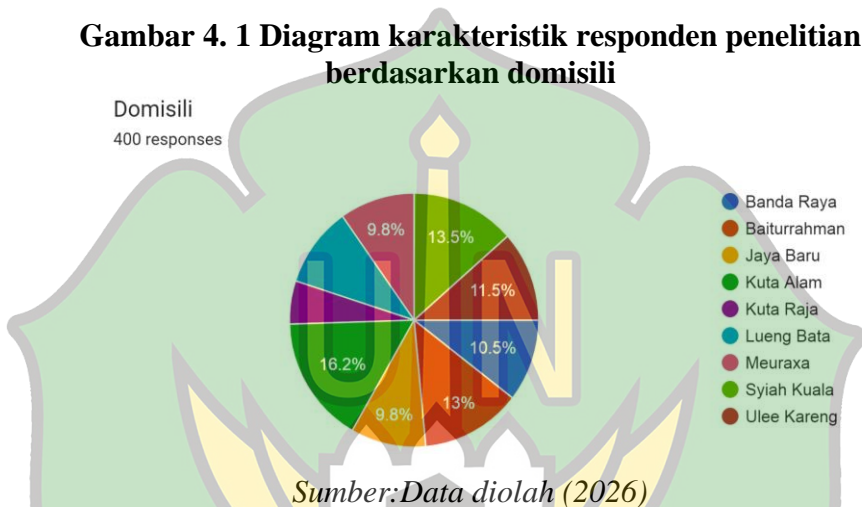
Hasil penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner terhadap 400 responden yang telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu. Ketentuan tersebut tertuju kepada nasabah BSI di Kota Banda Aceh yang menggunakan Mobile Banking dan ATM. Adapun hasil dari penelitian ini dipaparkan berdasarkan karakteristik para responden tersebut. Kuesioner disebarkan melalui berbagai akun media sosial dan grup-grup yang ada di whatsapp, tidak hanya itu kuesioner juga dibagikan secara langsung ke beberapa responden yang telah memenuhi kriteria.

4.2.1 Karakteristik responden

1. Karakteristik responden penelitian berdasarkan domisili

Adapun karakteristik responden penelitian berdasarkan domisili dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut:

Gambar 4. 1 Diagram karakteristik responden penelitian berdasarkan domisili



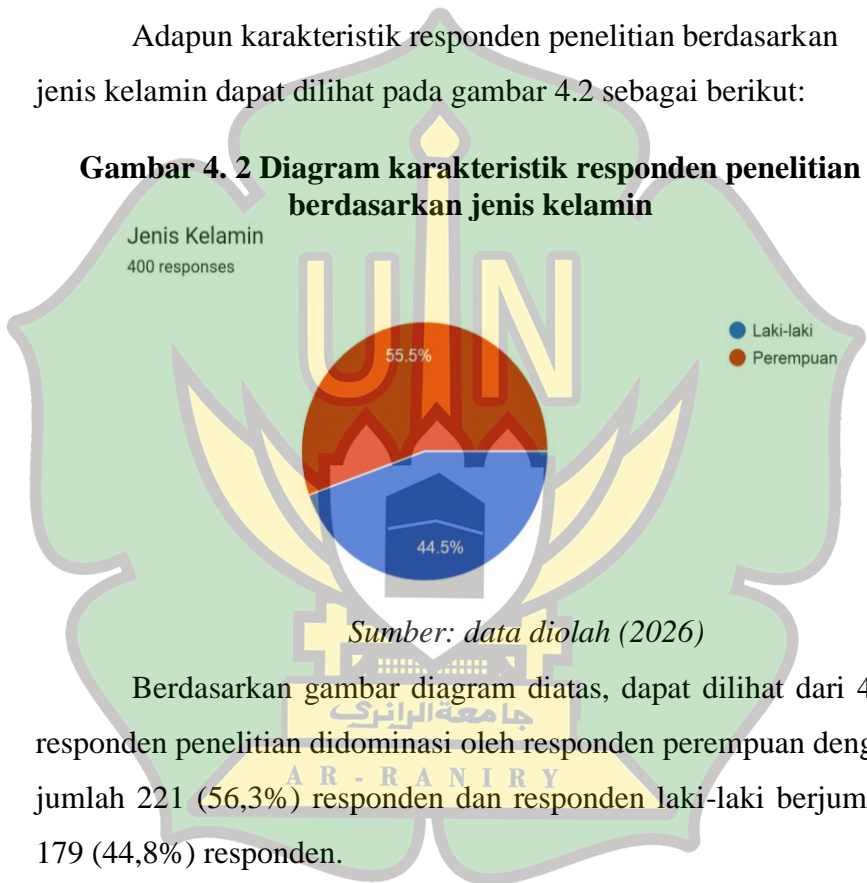
Berdasarkan diagram diatas, dapat dilihat bahwa responden tersebar secara menyeluruh di 9 Kecamatan di Kota Banda Aceh, yang didominasi oleh Kecamatan Kuta Alam sebanyak 65 responden dengan persentase 16,2%, selanjutnya Kecamatan Syiah Kuala sebanyak 54 responden dengan persentase 13,5%, Kecamatan Baiturrahman sebanyak 52 responden dengan persentase 13%, Kecamatan Ulee Kareng sebanyak 46 responden dengan persentase 11,5%, Kecamatan Banda Raya sebanyak 42 responden dengan persentase 10,5%, Kecamatan Lueng Bata sebanyak 41 responden dengan persentase 10,3% Kecamatan Jaya Baru sebanyak 39 responden dengan persentase 9,8%, Kecamatan Meuraxa sebanyak 39 responden dengan persentase 9,8%, dan

Kecamatan Kuta Raja sebanyak 22 responden dengan persentase 5,5%.

2. Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun karakteristik responden penelitian berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar 4.2 sebagai berikut:

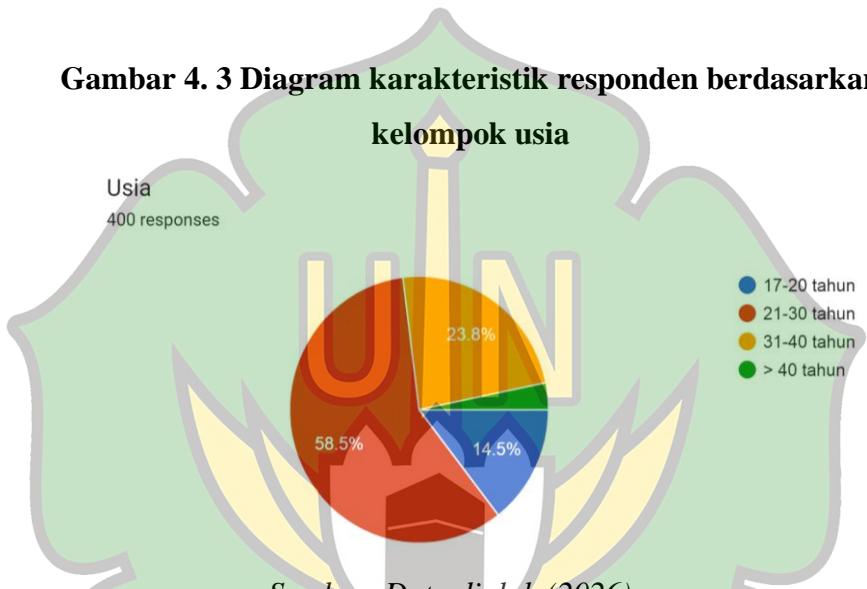
Gambar 4. 2 Diagram karakteristik responden penelitian berdasarkan jenis kelamin



3. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia

Adapun karakteristik responden penelitian berdasarkan kelompok usia dapat dilihat pada gambar 4.3 sebagai berikut:

Gambar 4. 3 Diagram karakteristik responden berdasarkan kelompok usia



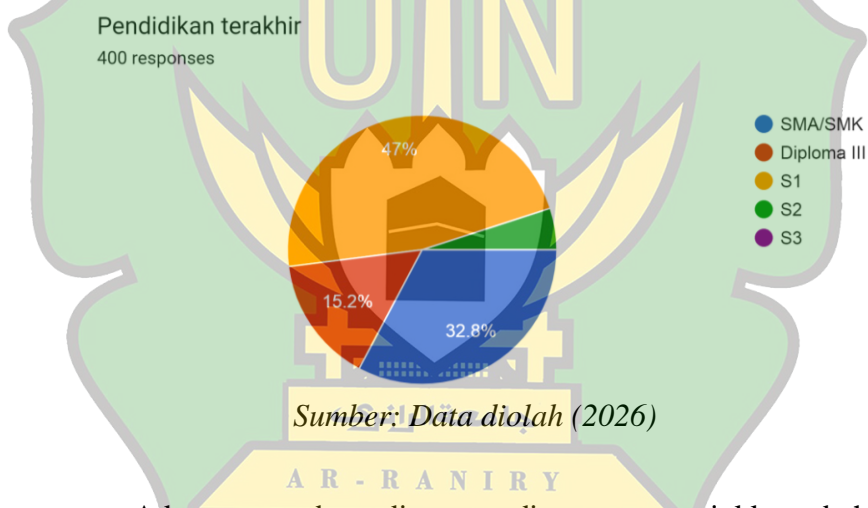
Berdasarkan gambar diagram diatas, dari total 400 responden didominasi oleh usia dengan rentang 21-30 tahun yaitu sebesar 234 dengan persentase 58,5%. Selanjutnya, responden dengan rentang usia 31-40 tahun sebesar 95 dengan persentase 23,8%, usia 17-20 tahun sebesar 58 dengan persentase 14,5% dan responden berusia diatas 40 tahun memiliki jumlah paling sedikit yaitu 13 dengan persentase 3,2%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berada di rentang usia 21-30 tahun. Hal ini menunjukkan responden didominasi oleh generasi muda yang secara umum terbiasa dengan penggunaan

layanan perbankan berbasis digital, sehingga sejalan dengan konteks penelitian yang dilakukan.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Pendidikan Terakhir

Adapun karakteristik responden penelitian berdasarkan kelompok pendidikan terakhir dapat dilihat pada gambar 4.4 sebagai berikut:

Gambar 4. 4 Diagram responden berdasarkan kelompok pendidikan terakhir



Adapun gambar diagram diatas, menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir menunjukkan versi yang beragam. Dari 400 responden, mayoritas memiliki latar belakang pendidikan S1 yaitu sebanyak 188 responden dengan persentase 47%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden dalam penelitian ini merupakan lulusan strata satu. Selanjutnya, responden dengan pendidikan terakhir SMA/SMK

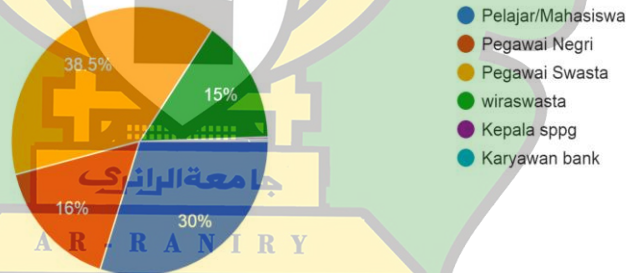
sebanyak 131 responden dengan persentase 32,8%, sementara itu, responden dengan pendidikan Diploma III sebanyak 51 responden dengan persentase 15,2%. Adapun responden dengan pendidikan S2 mempunyai jumlah atau persentase yang cenderung kecil yaitu sebanyak 20 (5%) responden, dan responden untuk pendidikan S3 tidak ditemukan pada penelitian ini.

5. Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Kelompok Pekerjaan

Adapun karakteristik responden penelitian berdasarkan kelompok pekerja dapat dilihat pada gambar 4.5 sebagai berikut:

Gambar 4. 5 Diagram karakteristik responden penelitian berdasarkan kelompok pekerjaan

Pekerjaan
400 responses



Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan gambar diagram diatas, dapat dilihat bahwa responden paling banyak didominasi oleh pegawai swasta yaitu sebesar 154 dengan persentase 38,5%, selanjutnya disusul oleh pelajar/mahasiswa yang menempati urutan kedua yaitu sebanyak 120 responden dengan persentase 30%. Sementara itu, responden

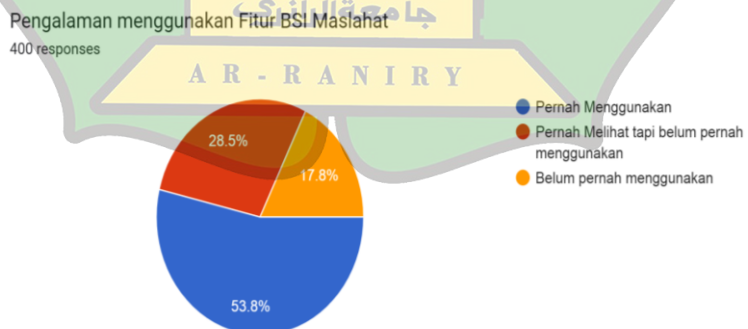
yang berprofesi sebagai pegawai negeri sebanyak 64 responden dengan persentase 16%, sedangkan wiraswasta sebanyak 60 responden dengan persentase 15%. Adapun yang mengisi kolom pilihan lainnya diisi oleh profesi yang tidak dicantumkan dalam kuesioner seperti kepala sppg dan karyawan bank.

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh individu yang telah bekerja dan juga mahasiswa/pelajar. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini menjangkau berbagai profesi.

6. Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pengalaman Menggunakan Fitur BSI Maslahat

Adapun karakteristik responden penelitian berdasarkan pengalaman menggunakan fitur BSI Maslahat dapat dilihat pada gambar 4.6 sebagai berikut:

Gambar 4. 6 Diagram Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pengalaman Menggunakan Fitur BSI Maslahat



Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan gambar diagram diatas, dapat diketahui bahwa sebagai responden pernah menggunakan fitur bsi masalah hal ini dapat dilihat dari jumlah dan persentase yang ada pada diagram yaitu sebanyak 215 responden 53,8%, lalu terdapat 114 responden dengan persentase 28,5% yang pernah melihat fitur bsi masalah namun belum pernah menggunakan dan 71 responden 17,8% responden lainnya menyatakan belum pernah menggunakan fitur tersebut sama sekali.

Data ini menunjukkan bahwa setengah dari responden telah memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan fitur bsi masalah yang terdapat pada ATM dan Mobile Banking BSI. Sementara itu, terdapat pula responden yang telah mengenal dan mengetahui fitur tersebut meskipun belum memanfaatkannya. Hal ini dapat memberikan gambaran bahwa kesadaran responden terhadap fitur tersebut cukup baik.

4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Manfaat (Perceived Usefulness)

Berdasarkan hasil jawaban yang telah diberikan oleh responden, selanjutnya dilakukan perhitungan persentase untuk mengetahui tingkat persepsi manfaat terhadap minat berinfak melalui fitur BSI Masalah sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Manfaat

No	Pernyataan	Skala jawaban	Frekuensi jawaban X Nilai skala = Hasil	Rata-Rata
1	Saya merasa menggunakan fitur BSI Maslahat dapat membantu Proses berinfak lebih cepat dan praktis	STS	9 x 1 = 9	4,03 80,75
		TS	25 x 2 = 50	
		N	30 x 3 = 90	
		S	214 x 4 = 856	
		SS	122 x 5 = 610	
		Total= 1.615 : 400		
1.615 : (5x400) x 100 %				
2	Fitur BSI Maslahat memberikan manfaat dalam aktivitas berinfak saya	STS	14 x 1 = 14	4,09 81,8
		TS	24 x 2 = 48	
		N	36 x 3 = 108	
		S	164 x 4 = 656	
		SS	162 x 5 = 810	
		Total= 1.636 : 400		
1.636 : (5x400) x 100 %				
3	Fitur BSI Maslahat sebagai alternatif penyaluran infak yang tepat (mustahiq)	STS	14 x 1 = 14	3,99 79,85
		TS	21 x 2 = 42	
		N	66 x 3 = 198	
		S	152 x 4 = 608	
		SS	147 x 5 = 735	
		Total= 1.597 : 400		
1.597 : (5x400) x 100 %				
4	Fitur dapat meningkatkan produktivitas ibadah saya karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja	STS	11 x 1 = 11	3,88 77,65
		TS	37 x 2 = 74	
		N	60 x 3 = 180	
		S	172 x 4 = 688	
		SS	120 x 5 = 600	
		Total= 1.553 : 400		
1.553 : (5x400) x 100 %				
5	Saya merasa bahwa penggunaan fitur BSI Maslahat dapat menghemat waktu dalam menyalurkan infak	STS	12 x 1 = 12	3,84 76,8
		TS	48 x 2 = 96	
		N	59 x 3 = 177	
		S	154 x 4 = 616	
		SS	127 x 5 = 635	
		Total= 1.536 : 400		
1.536 : (5x400) x 100 %				
6	Dengan adanya fitur BSI Maslahat saya	STS	24 x 1 = 24	
		TS	36 x 2 = 72	

	dapat menyalurkan infak dengan cepat dan mudah	N	$47 \times 3 = 141$		
		S	$167 \times 4 = 668$		
		SS	$126 \times 5 = 630$		
		Total= $1.535 : 400$			3,83
		$1.549 : (5 \times 400) \times 100 \%$			76,75
7	Fitur ini mempermudah dalam menyalurkan infak tanpa adanya kesulitan dalam mengikuti langkah-langkahnya	STS	$24 \times 1 = 24$		
		TS	$43 \times 2 = 86$		
		N	$51 \times 3 = 153$		
		S	$173 \times 4 = 692$		
		SS	$109 \times 5 = 545$		
		Total= $1.500 : 400$			3,75
		$1.500 : (5 \times 400) \times 100 \%$			75

Tabel 4.2 menunjukkan pernyataan dengan nilai paling tinggi terdapat pada item no 2 yaitu “Fitur BSI Maslahat memberikan manfaat dalam aktivitas berinjak saya” dengan nilai rata-rata 4,09 atau 81,8%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasakan adanya manfaat nyata dari penggunaan fitur tersebut, sehingga mendorong timbulnya minat dalam menggunakan fitur BSI Maslahat untuk melakukan infak. Selanjutnya, item pernyataan dengan nilai yang paling rendah terdapat pada pernyataan no 7 yaitu “Fitur ini mempermudah dalam menyalurkan infak tanpa adanya kesulitan dalam mengikuti langkah-langkahnya” dengan nilai rata-rata 3,75 atau 75%. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak semua responden merasakan kemudahan yang optimal dalam mengendalikan fitur tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa masih terdapat sebagian pengguna yang mengalami kendala atau belum sepenuhnya memahami tahapan proses berinjak pada fitur BSI Maslahat. Oleh karena itu, kemudahan dalam setiap tahapan masih harus diperhatikan, karena kemudahan dalam setiap langkah

langkah penggunaan merupakan aspek penting dalam menentukan kenyamanan serta keberlanjutan penggunaan fitur oleh pengguna.

4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease Of Use)

Berdasarkan hasil jawaban yang telah diberikan oleh responden, selanjutnya dilakukan perhitungan persentase untuk mengetahui tingkat persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat berinfak melalui fitur BSI Maslahat sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

No	Pernyataan	Skala jawaban	Frekuensi jawaban X Nilai skala = Hasil	Rata-Rata
1	Saya dapat memahami cara menggunakan fitur BSI Maslahat dengan mudah tanpa kebingungan.	STS	$21 \times 1 = 21$	3,92 78,5
		TS	$40 \times 2 = 80$	
		N	$35 \times 3 = 105$	
		S	$156 \times 4 = 624$	
		SS	$148 \times 5 = 740$	
		Total= 1.570 : 400		
$1.570 : (5 \times 400) \times 100 \%$				
2	Alur dan proses berinfak di fitur BSI Maslahat tersaji secara sederhana dan mudah dipahami.	STS	$18 \times 1 = 18$	4,02 80,55
		TS	$27 \times 2 = 54$	
		N	$36 \times 3 = 108$	
		S	$164 \times 4 = 656$	
		SS	$155 \times 5 = 775$	
		Total= 1.611 : 400		
$1.611 : (5 \times 400) \times 100 \%$				
3	Saya merasa dapat mengendalikan proses penggunaan fitur sesuai keinginan saya.	STS	$15 \times 1 = 15$	3,92 78,4
		TS	$30 \times 2 = 60$	
		N	$62 \times 3 = 186$	
		S	$158 \times 4 = 632$	
		SS	$135 \times 5 = 675$	
		Total= 1.568 : 400		
$1.568 : (5 \times 400) \times 100 \%$				
4	Navigasi di fitur BSI	STS	$14 \times 1 = 14$	

	Maslahat terlihat responsif dan mudah dioperasikan.	TS	$33 \times 2 = 66$	3,92	
		N	$64 \times 3 = 192$		
		S	$147 \times 4 = 588$		
		SS	$142 \times 5 = 710$		
		Total= 1.570 : 400			3,92
		$1.570 : (5 \times 400) \times 100 \%$			78,5
5	Saya dapat memahami langkah-langkah berinfak dengan cepat.	STS	$14 \times 1 = 14$	3,96	
		TS	$37 \times 2 = 74$		
		N	$47 \times 3 = 141$		
		S	$154 \times 4 = 616$		
		SS	$148 \times 5 = 740$		
		Total= 1.585 : 400			3,96
$1.585 : (5 \times 400) \times 100 \%$		79,25			
6	Fitur BSI Maslahat dapat dipelajari dengan mudah oleh pengguna	STS	$14 \times 1 = 14$	4,00	
		TS	$34 \times 2 = 68$		
		N	$40 \times 3 = 120$		
		S	$161 \times 4 = 644$		
		SS	$151 \times 5 = 755$		
		Total= 1.601 : 400			4,00
$1.601 : (5 \times 400) \times 100 \%$		80,05			
7	Fitur ini membuat saya merasa nyaman dan lancar saat menyelesaikan transaksi infak melalui fitur BSI Maslahat.	STS	$18 \times 1 = 18$	3,92	
		TS	$33 \times 2 = 66$		
		N	$49 \times 3 = 147$		
		S	$163 \times 4 = 652$		
		SS	$137 \times 5 = 685$		
		Total= 1.568 : 400			3,92
$1.568 : (5 \times 400) \times 100 \%$		78,4			
8	Saya dapat memilih nominal/jumlah dana infak dengan leluasa	STS	$19 \times 1 = 19$	4,03	
		TS	$19 \times 2 = 38$		
		N	$38 \times 3 = 114$		
		S	$179 \times 4 = 716$		
		SS	$145 \times 5 = 725$		
		Total= 1.612 : 400			4,03
$1.612 : (5 \times 400) \times 100 \%$		80,6			

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa item pernyataan dengan nilai paling tinggi pada persepsi kemudahan penggunaan terdapat pada item no 8 yaitu “Saya dapat memilih nominal/jumlah dana infak dengan leluasa” dengan nilai 4,03 atau 80,6%. Hal ini

menunjukkan bahwa responden merasakan adanya kemudahan dalam menentukan jumlah/nominal yang akan diinfakkan. sementara item dengan rata-rata paling rendah terdapat pada pernyataan no 3 yaitu “Saya merasa dapat mengendalikan proses penggunaan fitur sesuai keinginan saya.” dengan nilai 3,92 atau 78,4%. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak semua responden merasa dapat mengendalikan fitur tersebut dengan optimal dan masih mengalami kesulitan dalam memahami alur dan tahapan penggunaan fitur.

4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Berinfak

Adapun variabel minat berinfak pada penelitian ini diukur melalui beberapa indikator yang terbentuk dari nudge theory (dorongan) serta keinginan responden untuk berinfak melalui fitur BSI Maslahat pada mobile banking dan ATM BSI. Adapun hasil tanggapan responden terhadap variabel minat berinfak adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Berinfak

No	Pernyataan	Skala jawaban	Frekuensi jawaban X Nilai skala = Hasil	Rata-Rata
1	Kemunculan fitur BSI Maslahat setelah transaksi dapat mendorong minat saya untuk berinfak	STS	$10 \times 1 = 10$	
		TS	$28 \times 2 = 56$	
		N	$54 \times 3 = 162$	
		S	$193 \times 4 = 772$	
		SS	$115 \times 5 = 575$	
		Total= 1.575 : 400		
$1.575 : (5 \times 400) \times 100 \%$			78,75	

2	Saya memiliki keinginan untuk melakukan infak karena munculnya fitur BSI Maslahat setelah saya melakukan transaksi.	STS	$10 \times 1 = 10$	4,12	
		TS	$19 \times 2 = 38$		
		N	$46 \times 3 = 138$		
		S	$155 \times 4 = 620$		
		SS	$169 \times 5 = 845$		
		Total= 1.651 : 400			82,55
		$1.651 : (5 \times 400) \times 100 \%$			
3	Penyajian opsi yang sederhana pada fitur BSI Maslahat membuat saya tertarik untuk berinfak	STS	$10 \times 1 = 10$	3,84	
		TS	$28 \times 2 = 56$		
		N	$68 \times 3 = 189$		
		S	$186 \times 4 = 744$		
		SS	$108 \times 5 = 540$		
		Total= 1.539 : 400			76,95
		$1.539 : (5 \times 400) \times 100 \%$			
4	Pilihan yang tidak rumit pada fitur BSI Maslahat meningkatkan minat saya untuk berinfak melalui fitur tersebut	STS	$18 \times 1 = 18$	3,97	
		TS	$28 \times 2 = 56$		
		N	$47 \times 3 = 141$		
		S	$166 \times 4 = 668$		
		SS	$141 \times 5 = 705$		
		Total= 1.588 : 400			79,4
		$1.588 : (5 \times 400) \times 100 \%$			
5	Pesan ajakan berinfak pada fitur BSI Maslahat mendorong minat saya untuk menggunakan fitur tersebut	STS	$12 \times 1 = 12$	4,03	
		TS	$38 \times 2 = 76$		
		N	$32 \times 3 = 96$		
		S	$161 \times 4 = 644$		
		SS	$157 \times 5 = 785$		
		Total= 1.613 : 400			80,65
		$1.613 : (5 \times 400) \times 100 \%$			
6	Penyajian pesan berinfak yang disertai elemen visual yang menarik meningkatkan ketertarikan saya untuk berinfak pada fitur BSI Maslahat	STS	$12 \times 1 = 12$	4,04	
		TS	$23 \times 2 = 46$		
		N	$40 \times 3 = 120$		
		S	$185 \times 4 = 740$		
		SS	$140 \times 5 = 700$		
		Total= 1.618 : 400			80,9
		$1.618 : (5 \times 400) \times 100 \%$			
7	Tampilan visual fitur BSI Maslahat yang menarik mendorong minat saya terdorong untuk berinfak	STS	$14 \times 1 = 14$	4,02	
		TS	$31 \times 2 = 62$		
		N	$46 \times 3 = 138$		
		S	$149 \times 4 = 596$		
		SS	$160 \times 5 = 800$		
		Total= 1.610 : 400			

		1.610 : (5x400) x 100 %		80,5
8	Informasi yang disampaikan dengan jelas pada fitur BSI Maslahat meningkatkan minat saya untuk berinfak.	STS	5 x 1 = 5	
		TS	18 x 2 = 36	
		N	31 x 3 = 93	
		S	174 x 4 = 696	
		SS	162 x 5 = 810	
		Total= 1.640 : 400		
1.640 : (5x400) x 100 %		82		
9	Kejelasan dan transparansi informasi pada fitur BSI Maslahat meningkatkan keyakinan saya untuk berinfak	STS	7 x 1 = 7	
		TS	19 x 2 = 38	
		N	26 x 3 = 78	
		S	199 x 4 = 796	
		SS	149 x 5 = 745	
		Total= 1.664 : 400		
1.664 : (5x400) x 100 %		83,2		

Tabel 4.4, menunjukkan nilai tertinggi pada minat berinfak terdapat pada item pernyataan no 8 yaitu “Informasi yang disampaikan dengan jelas pada fitur BSI Maslahat meningkatkan minat saya untuk berinfak” dengan nilai 4,16(83,2%) yang berarti kejelasan informasi adalah faktor yang paling mendorong minat responden. Sementara itu, nilai yang paling rendah terdapat pada item no 3 “Penyajian opsi yang sederhana pada fitur BSI Maslahat membuat saya tertarik untuk berinfak” dengan nilai 3,84(76,95%), yang berarti penyajian - dan tampilan sederhana bukanlah hal pertama yang dinilai saat melakukan infak digital. hal ini menunjukkan bahwa meskipun kesederhanaan tampilan dinilai cukup baik, namun masih terdapat kemungkinan bahwa responden lebih mempertimbangkan aspek lain seperti kejelasan informasi atau manfaat yang dirasakan.

4.4 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan dalam kuesioner yang telah disebarkan kepada responden benar-benar mampu mengukur variabel yang diteliti. Adapun hasil pengujian validitas yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas

Item Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
XI.1	0,713	0,098	Valid
XI.2	0,632	0,098	Valid
XI.3	0,682	0,098	Valid
XI.4	0,633	0,098	Valid
XI.5	0,585	0,098	Valid
XI.6	0,691	0,098	Valid
XI.7	0,584	0,098	Valid
X2.1	0,651	0,098	Valid
X2.2	0,703	0,098	Valid
X2.3	0,629	0,098	Valid
X2.4	0,592	0,098	Valid
X2.5	0,591	0,098	Valid
X2.6	0,646	0,098	Valid
X2.7	0,621	0,098	Valid
X2.8	0,645	0,098	Valid
Y.1	0,681	0,098	Valid
Y.2	0,580	0,098	Valid
Y.3	0,578	0,098	Valid
Y.4	0,620	0,098	Valid
Y.5	0,644	0,098	Valid
Y.6	0,636	0,098	Valid
Y.7	0,658	0,098	Valid

Y.8	0,653	0,098	Valid
Y.9	0,640	0,098	Valid

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.5, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner yang telah disebarkan dinyatakan valid. Penentuan validitas ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung pada masing-masing item dengan nilai r tabel. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa seluruh nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel, sehingga setiap item pernyataan dapat dinyatakan valid.

Nilai r hitung tersebut didapatkan dari pengolahan data menggunakan program SPSS ver 27, dengan menganalisis korelasi masing-masing item terhadap skor total melalui uji pearson correlation. Sementara itu, nilai r tabel didapatkan melalui rumus derajat kebebasan $(df)=N-2$ yaitu $400-2 = 398$. Jadi nilai r tabel yang digunakan yaitu r tabel 398 adalah 0,098. Karena nilai r hitung berada diatas 0,098 maka dapat disimpulkan seluruh item pernyataan dalam penelitian memenuhi kriteria validitas.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item-item pernyataan yang sebelumnya telah dinyatakan valid. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap setiap pernyataan menunjukkan tingkat konsistensi yang baik.

Untuk mengetahui apakah suatu instrumen dinyatakan reliabel atau tidak, digunakan uji statistik dengan melihat nilai

Cronbach's Alpha. Apabila nilai koefisien *Cronbach's Alpha* besar dari 0,60, maka variabel tersebut dapat dinyatakan handal atau reliabel. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan software SPSS versi 27.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas

Indikator	Minimal cronbach	Cronbach alpha	Keterangan
Persepsi manfaat (X1)	0,60	0,762	Reliabel
Persepsi kemudahan penggunaan (X2)	0,60	0,788	Reliabel
Minat Berinfak	0,60	0,811	Reliabel

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, diketahui bahwa Cronbach's Alpha pada variabel persepsi manfaat (X1) sebesar 0,762, variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) sebesar 0,788 dan variabel minat berinfak (Y) sebesar 0,811. Nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki koefisien Cronbach's Alpha > 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria reliabilitas dan dinyatakan handal untuk digunakan dalam penelitian.

4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan metode *kolmogorov-smirnov test*.

Pengambilan keputusan pada uji ini yaitu apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal dan begitu juga sebaliknya. Adapun uji normalitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized residual	
N		400	
Normal parameters	Mean	,0000000	
	Std.deviation	2,74190044	
Most extreme differences	absolute	0,44	
	positive	,030	
	negative	-,044	
Test statistic		,044	
Asymp. Sig.(2-tailed)c		,062	
Monte carlo sig. (2-tailed)d	Sig.	,060	
	99% confidence interval	Lower bound	,053
		Upper bound	,066
a. Test distribution is Normal			
b. Calculated from data			
c. Lilliefors Significance Correction			
d. Lilliefors" method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000			

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, diketahui bahwa nilai Asymp.sig sebesar 0,062 dengan jumlah sampel sebanyak 400 responden. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0.05 yaitu $0,062 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan atau korelasi yang tinggi antar variabel independen. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi

multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF). Apabila seluruh variabel independen memiliki nilai $VIF < 10$ atau nilai *tolerance* $> 0,10$ maka H_0 diterima, yang berarti tidak adanya gejala multikolinearitas pada model regresi. Adapun hasil perhitungan nilai VIF tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients					Collinearity statistics		
		Unstandardized coefficients		standardized coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta					
1	(constant)	6,459	,858		7,527	<,001			
	Persepsi manfaat	,422	,047	,373	9,400	<,001	,385	2,598	
	Persepsi kemudahan penggunaan	,559	,040	,548	13,811	<,001	,385	2,598	
a. dependent variable: KP									

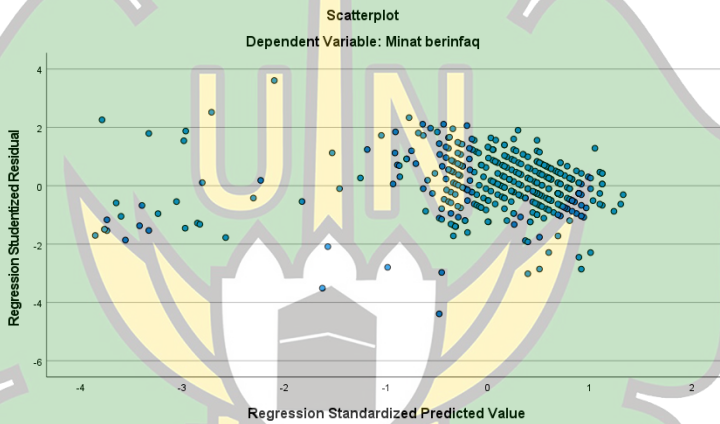
Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa pada kolom nilai VIF variabel X1 dan X2 menunjukkan nilai $2,598 < 10$ dan pada kolom nilai *tolerance* menunjukkan nilai $0,385 > 0,10$. Sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi bebas dari multikolinieritas.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual dari sebuah pengamatan. Model regresi akan dikatakan baik apabila menunjukkan hasil data yang tidak mengalami heteroskedastisitas atau dengan kata lain memiliki varians residual yang konstan (homoskedastisitas).

Gambar 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan grafik *scatterplot* pada gambar di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola. Selain itu, titik-titik tersebut tersebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dimana kondisi ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat berinfak melalui fitur BSI Maslahat. Selain itu, analisis ini bertujuan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengolahan data uji regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi linear berganda

		Coefficients			t	Sig.
		Unstandardized coefficients		standardized coefficients		
		B	Std.Error	Beta		
1	(Constant)	6,459	,858		7,527	<,001
	Persepsi manfaat	,442	,047	,373	9,400	<,001
	Persepsi kemudahan penggunaan	,559	,040	,548	13,811	<,001
a. dependent variable: KP						

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, maka dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 6,459 + 0,442X_1 + 0,559X_2 + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan diatas adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 6,459, artinya tanpa adanya persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan maka minat berinfak melalui fitur BSI Maslahat sebesar 6,459.
- 2) Koefisien regresi pada variabel persepsi manfaat (X1) memiliki nilai positif sebesar 0,442 artinya jika variabel persepsi manfaat mengalami peningkatan sebesar 1 maka akan meningkatkan minat berinfak melalui BSI Maslahat pada nasabah BSI kota Banda Aceh sebesar 0,442 (44,2%).
- 3) Koefisien regresi pada variabel persepsi kemudahan penggunaan(X2) memiliki nilai positif sebesar 0,559 artinya jika variabel persepsi kemudahan penggunaan mengalami peningkatan sebesar 1 maka akan meningkatkan minat berinfak melalui BSI Maslahat pada nasabah BSI kota Banda Aceh sebesar 0,559 (55,9%).

4.7 Hasil Uji Hipotesis

4.7.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengujian bertujuan untuk melihat apakah hipotesis diterima atau ditolak. Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dengan nilai signifikan 0,05 (5%), berikut merupakan hasil uji t:

Tabel 4. 10 Hasil Uji Parsial (uji t)

Coefficients						
		Unstandardized coefficients		standardized coefficients	t	Sig.
		B	Std.Error	Beta		
1	(Constant)	6,459	,858		7,527	<,001
	Persepsi manfaat	,442	,047	,373	9,400	<,001
	Persepsi kemudahan penggunaan	,559	,040	,548	13,811	<,001

a. dependent variable: Minat berinfak

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, maka dapat disimpulkan hasil uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Diketahui nilai signifikansi variabel persepsi manfaat (X1) terhadap minat berinfak (Y) sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung 9,400 lebih besar dari nilai t tabel 1,966 ($9,400 > 1,966$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat berinfak.
- 2) Diketahui nilai signifikansi variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) terhadap minat berinfak (Y) sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung 13,811 lebih besar dari nilai t tabel 1,966 ($13,811 > 1,966$). Dengan demikian, disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat berinfak.

4.7.2 Uji Simultan (Uji f)

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji f yang diperoleh yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Simultan (uji f)

Anova						
Model		Sum of squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9476,061	2	4738,030	627,064	<,001b
	Residual	2999,689	397	7,556		
	Total	12475,750	399			
a. Dependent Variable: Minat berinfak						
b. Predictors: (Constant), persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat						

Sumber: data diolah (2026)

Dari tabel 4.11 diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi pengaruh variabel persepsi manfaat (X1) dan persepsi kemudahan penggunaan (X2) secara bersama-sama terhadap minat berinfak adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai f hitung 627,064 lebih besar dari nilai f tabel 2,63 ($627,064 > 2,63$). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan variabel persepsi manfaat (X1) dan persepsi kemudahan penggunaan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap minat berinfak.

4.7.3 Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat hubungan antar variabel independen yaitu persepsi manfaat (X1) dan persepsi kemudahan penggunaan (X2) dengan variabel dependen minat berinfak (Y) atau seberapa besar kontribusi variabel independen dalam mempengaruhi atau

menjelaskan variabel dependen. Dengan demikian hasil uji determinasi dapat dilihat pada tabel 4.12 sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate
1	,872 ^a	,760	,758	2,749
a. Predictors: (Constant), persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat				
b. Dependent Variable: Minat berinfak				

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,758 atau 75,8%. Hal ini berarti bahwa variabel persepsi manfaat (X1) dan persepsi kemudahan penggunaan (X2) mampu menjelaskan pengaruh terhadap minat berinfak sebesar 75,8% sedangkan sisanya 24,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

4.8 PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan seberapa signifikan variabel independen yaitu persepsi manfaat (X1) dan persepsi kemudahan penggunaan (X2) dalam mempengaruhi variabel dependen yaitu minat berinfak (Y) melalui fitur BSI Maslahat. Berikut adalah pembahasan dari pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen. Jika jawaban responden dilihat secara keseluruhan, jawaban dengan penilaian tertinggi lebih banyak muncul pada aspek yang sifatnya dirasakan secara

langsung, seperti kemudahan dalam menentukan nominal infak, kejelasan informasi, serta manfaat fitur dalam membantu aktivitas berinjak agar lebih praktis. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung merespon positif pada hal-hal yang memberikan kemudahan instan dan manfaat yang nyata dalam penggunaan fitur.

Disisi lain, penilaian yang relatif rendah justru berkaitan dengan pengalaman dalam menggunakan fitur, seperti mengikuti alur, memahami tahapan, dan mengendalikan proses penggunaan fitur. Kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun fitur sudah dianggap bermanfaat dan cukup mudah digunakan, tetapi masih ada beberapa bagian yang belum sepenuhnya memberikan rasa nyaman bagi pengguna. Khususnya pada proses penggunaan yang membutuhkan pemahaman dengan demikian, kelancaran proses penggunaan menjadi hal yang cukup menentukan dalam mendukung minat berinjak melalui fitur tersebut.

Sejalan dengan temuan tersebut, dalam penelitian ini persepsi kemudahan penggunaan memiliki tingkat signifikansi yang lebih tinggi dibandingkan persepsi manfaat. Hal ini dapat dipahami karena kemudahan tidak hanya dinilai secara umum, tetapi juga benar-benar dirasakan saat fitur digunakan. Pada saat responden ingin berinjak, kemudahan dalam memahami alur, pemilihan nominal yang mudah juga proses yang tidak rumit dapat menjadi hal yang langsung mempengaruhi keputusan untuk melanjutkan penggunaan fitur.

Selain itu, aktivitas berinfak sendiri pada dasarnya telah memiliki makna dan tujuan yang dipahami oleh responden. Dengan adanya pemahaman tersebut, penggunaan fitur lebih dilihat sebagai sarana untuk mempermudah pelaksanaan infak. Oleh karena itu, perhatian responden lebih tertuju pada bagaimana fitur tersebut dapat digunakan dengan mudah dalam mendukung infak.

Kemudahan penggunaan memiliki pengaruh kuat dalam memperlancar proses realisasi minat berinfak, tanpa mengesampingkan peran persepsi manfaat yang berkontribusi dalam membentuk minat tersebut. Sehingga keduanya saling melengkapi dalam mempengaruhi keputusan penggunaan fitur.

Berdasarkan kecenderungan tersebut, selanjutnya berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai pengaruh masing-masing variabel terhadap minat berinfak melalui fitur BSI Maslahat.

4.8.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Berinfak melalui fitur BSI Maslahat

Penilaian responden terhadap fitur BSI Maslahat khususnya dalam aspek persepsi manfaat menunjukkan adanya variasi pada setiap item pernyataannya. Dari 7 item pernyataan yang diajukan, item no 2 yaitu “fitur BSI Maslahat memberikan manfaat dalam aktivitas berinfak saya” memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,09 atau 81,8%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasakan manfaat nyata dari penggunaan fitur tersebut, sehingga mendorong munculnya minat untuk berinfak.

Adapun pernyataan item no 7 yaitu “fitur ini mempermudah dalam menyalurkan infak tanpa adanya kesulitan dalam mengikuti langkah-langkahnya” memperoleh nilai rata-rata terendah sebesar 3,75 atau 75%. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat sebagian responden yang kesulitan dalam mengikuti langkah dalam proses dan tahapan penggunaan fitur. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek kejelasan instruksi dalam fitur masih menjadi bagian yang perlu diperhatikan dalam penyesuaian fitur

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinfaq. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji statistik secara parsial (uji t) yang telah dilakukan, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ serta nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel yaitu $9,400 > 1,966$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinfaq melalui fitur BSI Maslahat. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat berinfaq melalui fitur BSI Maslahat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh responden, maka semakin meningkat pula minat yang timbul dalam menggunakan fitur BSI Maslahat untuk berinfaq. Manfaat yang diperoleh oleh individu menjadi faktor yang mendorong untuk menggunakan fitur tersebut. Dalam konteks

ini, manfaat yang dimaksud tidak hanya terbatas pada kemudahan akses, tetapi juga mencakup efisiensi waktu, fleksibilitas, serta kemampuan fitur dalam memfasilitasi aktivitas berinfak secara lebih praktis.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan konsep Technology Acceptance Model (TAM) pada aspek *perceived usefulness*, dimana individu cenderung menggunakan suatu sistem apabila mereka meyakini bahwa sistem tersebut memberikan manfaat atau nilai guna dalam aktivitas yang mereka lakukan. Dalam penelitian ini, manfaat tersebut terlihat dari kecenderungan responden yang menilai fitur BSI Maslahat membantu proses berinfak menjadi lebih praktis dan tidak memerlukan usaha tambahan yang berlebihan.

Jika dianalisis dari perspektif *nudge theory*, persepsi manfaat dapat dipahami sebagai bagian dari mekanisme dorongan tidak langsung (*nudging*) yang mempengaruhi pengambilan keputusan individu. Fitur BSI Maslahat yang muncul setelah pengguna menyelesaikan transaksi pada aplikasi Mobile Banking ataupun ATM BSI dapat dikategorikan sebagai bentuk *choice architecture* yang muncul untuk mendorong perilaku berinfak tanpa adanya paksaan. Kehadiran fitur tersebut mempermudah akses serta mengingatkan pengguna untuk berinfak pada momen tertentu, sehingga dapat meningkatkan kemungkinan individu untuk melakukan infak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Habibah & Nurafni (2024) yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat membayar ZIS layanan digital. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Aulia dkk (2023) juga menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat membayar ZISWAF secara online melalui platform digital. Kesamaan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat yang dirasakan pengguna menjadi faktor penting dalam mendorong minat penggunaan layanan keuangan digital, termasuk dalam konteks filantropi islam. Dengan demikian temuan penelitian ini memperkuat bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan dari suatu layanan, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu untuk menggunakannya, khususnya dalam berinfak melalui fitur BSI Maslahat.

4.8.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Berinfak Melalui Fitur BSI Maslahat

Penilaian responden dengan nilai rata-rata yang paling tinggi pada persepsi kemudahan terdapat pada item no 8 yaitu “saya dapat memilih nominal/jumlah dana infak dengan leluasa” dengan nilai sebesar 4,03 atau 80,6%, yang artinya responden merasakan adanya kemudahan dan fleksibilitas dalam menentukan jumlah yang akan diinfakkan, sehingga merasakan kenyamanan dalam penggunaan fitur tersebut.

Sementara itu, nilai dengan rata-rata terendah terdapat pada item no 3 yakni “saya merasa dapat mengendalikan proses

penggunaan fitur sesuai keinginan saya” dengan nilai 3,92 atau 78,4%. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian responden belum merasakan kendali atau kontrol penuh dalam dalam proses penggunaan fitur. Kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun fitur sudah dinilai mudah digunakan, masih terdapat bagian alur yang belum sepenuhnya dipahami secara optimal oleh sebagian pengguna, sehingga kejelasan tahapan penggunaan masih menjadi aspek yang perlu diperhatikan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinfak. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji statistik secara parsial (uji t) yang telah dilakukan, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ serta nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel yaitu $13,811 > 1,966$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinfak melalui fitur BSI Maslahat. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dipahami bahwa kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong minat berinfak. Semakin mudah suatu fitur digunakan, maka semakin kecil usaha yang diperlukan dalam proses penggunaan fitur tersebut, sehingga keputusan dalam melakukan aktivitas infak menjadi lebih cepat tanpa perlu banyak pertimbangan. Pada penelitian ini individu merasa bahwa proses yang sederhana dan

tidak berbelit membuat aktivitas berinfak menjadi lebih ringan untuk dilakukan.

Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan yang dirasakan tidak hanya terkait teknis penggunaan fitur, tetapi juga berpengaruh pada bagaimana respon pengguna terhadap peluang yang diberikan oleh fitur tersebut untuk berinfak. Ketika fitur dapat diakses dengan mudah, dipahami dengan jelas, tidak menimbulkan kebingungan dan usaha yang besar maka hambatan dalam mengambil keputusan menjadi kecil. Dengan demikian, tingginya penilaian responden terhadap kemudahan penggunaan fitur BSI Maslahat secara keseluruhan mencerminkan bahwa fitur tersebut telah memberikan pengalaman penggunaan yang baik, sehingga mampu mendorong peningkatan minat berinfak secara lebih praktis.

Temuan ini juga sejalan dengan konsep *Technology Acceptance Model* (TAM) pada konstruk *perceived ease of use*, yang menjelaskan semakin mudah suatu sistem digunakan, maka semakin kecil usaha yang diperlukan sehingga dapat meningkatkan minat dalam penggunaannya. Dalam penelitian ini, kemudahan tersebut tercermin dari nilai tinggi pada aspek fleksibilitas dalam menentukan nominal infak. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan yang dirasakan tidak hanya bersifat umum, tetapi muncul dalam penggunaan sehari-hari, sehingga berpengaruh langsung terhadap peningkatan minat berinfak melalui fitur BSI Maslahat.

Jika dianalisis menggunakan perspektif *nudge theory*, kemudahan penggunaan tidak hanya berfungsi sebagai faktor teknis, tetapi juga sebagai bentuk dorongan perilaku (*nudge*) yang mempengaruhi pengambilan keputusan individu. Hal ini dapat dilihat dari desain fitur BSI Maslahat yang sederhana, alur transaksi yang tidak berbelit-belit, serta adanya kemudahan dalam menentukan nominal berinfak. Kemudahan tersebut menjadi bagian dari *choice architecture* yang secara tidak langsung memberikan dorongan kepada pengguna untuk melakukan infak tanpa merasa merasa terbebani dan tanpa adanya paksaan.

Selain itu, item pernyataan pada no 8 mengenai adanya kemudahan dalam menentukan nominal infak yang mendapatkan nilai tertinggi, menunjukkan adanya kebebasan sekaligus kemudahan dalam pengambilan keputusan. Pengguna tidak dibatasi oleh jumlah tertentu, sehingga lebih terdorong untuk melakukan infak sesuai dengan kondisi finansial mereka. Disisi lain, kemudahan dalam proses penggunaan mencerminkan konsep *effort reduction*, dimana semakin kecil usaha yang diperlukan maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk melakukan suatu tindakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya. Salsabila (2023) menemukan bahwa persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berinfak melalui BSI Mobile. Selain itu, Penelitian Aulia dkk.(2024) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan meningkatkan minat

membayar ZISWAF melalui layanan digital. Namun demikian, Daudshah & Yetti (2022) menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat berinfak, yang kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain seperti kepercayaan dan religiusitas.

4.8.3 Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Berinfak melalui fitur BSI Maslahat

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinfak. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji statistik secara simultan (uji f) yang telah dilakukan, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ serta nilai f hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu $627,064 > 2,63$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinfak melalui fitur BSI Maslahat. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan adanya pengaruh simultan antara kedua variabel tersebut terhadap minat berinfak dinyatakan diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan dari penggabungan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh pengguna. Kedua variabel tersebut saling berhubungan, dimana persepsi manfaat berkaitan dengan sejauh

mana fitur BSI Maslahat memberikan kegunaan untuk aktivitas berinfak. Sedangkan persepsi kemudahan penggunaan berkaitan dengan seberapa mudah fitur tersebut digunakan dalam melakukan infak. Ketika kedua aspek terpenuhi secara bersamaan, maka akan semakin mendorong peningkatan minat pengguna dalam menggunakan fitur tersebut untuk berinfak.

Terlihat bahwa responden cenderung menilai fitur BSI Maslahat bermanfaat sekaligus mudah digunakan, meskipun masih ada beberapa aspek yang masih perlu penyempurnaan, terutama pada kejelasan alur penggunaan. Hal ini memperkuat bahwa secara umum pengalaman pengguna terhadap fitur BSI Maslahat berada pada kategori baik sehingga mampu mendorong minat berinfak.

Sejalan dengan itu, pada variabel minat berinfak terlihat bahwa aspek yang memperoleh nilai tertinggi terdapat pada kejelasan informasi yang disampaikan dalam fitur. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih terdorong untuk berinfak ketika informasi menjadi bagian dari nilai guna yang dirasakan pengguna dalam memastikan bahwa infak yang dilakukan tepat dan memberikan dampak.

Disisi lain, nilai yang lebih rendah terdapat pada aspek penyajian opsi yang sederhana, yang menunjukkan bahwa kesederhanaan tampilan bukan menjadi faktor utama dalam mendorong minat berinfak. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun kemudahan penggunaan tetap penting, namun kemudahan yang bersifat praktis seperti fleksibilitas dan kejelasan

informasi justru lebih berpengaruh dibandingkan sekedar tampilan yang sederhana. Dengan demikian, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan tetap bekerja secara bersamaan, dimana manfaat menjadi alasan utama, sedangkan kemudahan berperan sebagai pendukung dalam memperlancar proses berinfak.

Adapun persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan dalam kerangka *Technology acceptance model* (TAM) merupakan dua konstruk utama yang menentukan penerimaan teknologi oleh individu. Persepsi kemudahan penggunaan akan mempengaruhi persepsi manfaat, dan keduanya secara bersamaan akan mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan suatu sistem. Pada penelitian ini, kemudahan dalam menggunakan fitur BSI Maslahat akan memperkuat manfaat yang dirasakan, sehingga secara simultan meningkatkan minat berinfak.

Apabila dianalisis menggunakan perspektif *nudge theory*, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan dapat dipahami sebagai *nudge* yang bekerja secara bersamaan dalam membentuk perilaku pengguna. Fitur BSI Maslahat tidak hanya memberikan manfaat secara fungsional, tetapi juga memberikan kemudahan dalam penggunaannya, sehingga dapat memberikan dorongan kepada pengguna untuk berinfak. Dalam hal ini, persepsi manfaat berperan sebagai *nudge* yang bersifat rasional, dimana pengguna merasa bahwa fitur tersebut memberikan manfaat dalam penggunaannya. sementara itu, persepsi kemudahan penggunaan berperan sebagai *nudge* yang

bersifat praktis, yang memberikan kemudahan tanpa adanya usaha yang berlebihan dalam penggunaan fitur tersebut saat melakukan transaksi. Kombinasi antara keduanya menciptakan dorongan yang kuat bagi pengguna dalam mengambil keputusan berinfak.

Hasil Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Habibah dan Nurafni (2024) yang menemukan bahwa manfaat dan kemudahan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat membayar ZIS melalui fitur berbagi ZISWAF. Sama halnya dengan Fatmawati (2024) yang menjelaskan bahwa kedua variabel tersebut yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan fitur ZISWAF BSI.

Berdasarkan keseluruhan dari pembahasan, dapat dipahami bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinfak melalui fitur BSI Maslahat. Selain dari hasil uji statistik pengaruh tersebut juga terlihat dari kecenderungan jawaban responden yang menekankan pada kejelasan informasi dan manfaat yang dirasakan. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan serta semakin mudah fitur digunakan secara praktis dan jelas, maka semakin besar pula minat individu dalam menggunakan fitur tersebut untuk berinfak.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 400 responden nasabah Bank Syariah Indonesia pada penggunaan fitur BSI Maslahat di Kota Banda Aceh, maka ditarik beberapa sebagai kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat berinfak. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $9,400 > 1,966$. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, variabel persepsi manfaat memiliki nilai koefisien sebesar 0,422. Aspek yang paling dominan dalam membentuk persepsi manfaat terlihat pada manfaat langsung yang dirasakan oleh pengguna, khususnya dalam membantu aktivitas berinfak menjadi lebih praktis dan efisien. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh responden, maka semakin besar pula minat mereka untuk berinfak melalui fitur BSI Maslahat.
2. Variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berinfak. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $13,811 > 1,966$. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, variabel persepsi manfaat

memperoleh nilai koefisien sebesar 0,562. Aspek yang paling dominan dalam persepsi kemudahan penggunaan terlihat pada fleksibilitas dalam menentukan nominal infak serta kemudahan dalam mengakses fitur. Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan oleh responden dalam menggunakan fitur tersebut, maka semakin meningkat pula minat mereka untuk berinfak melalui fitur BSI Maslahat.

3. Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berinfak. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji simultan (uji f) yang menunjukkan bahwa nilai f hitung lebih besar dari nilai f tabel $627,064 > 2,63$ serta memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Dengan demikian, kedua variabel ini secara bersamaan berpengaruh terhadap minat berinfak melalui fitur BSI Maslahat. Secara umum, aspek yang paling mempengaruhi terlihat pada kombinasi antara manfaat yang dirasakan secara langsung dan kemudahan dalam penggunaan fitur, khususnya pada kejelasan informasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan dan semakin mudah fitur digunakan, maka semakin meningkat minat nasabah dalam berinfak melalui fitur BSI Maslahat. Tetapi, meskipun manfaat dan kemudahan telah dirasakan dengan baik,

pengalaman penggunaan secara keseluruhan masih dapat ditingkatkan agar semakin mendorong minat berinfak.

5.2 Saran

Penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan dalam proses penyusunannya dan jauh dari kata sempurna. Meskipun demikian, hasil penelitian ini diharapkan tetap dapat memberikan kontribusi dalam kajian minat berinfak melalui fitur BSI Maslahat. Oleh karena itu, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan layanan dan penelitian selanjutnya, sebagai berikut:

1. Bagi pihak Bank

Diharapkan pihak Bank Syariah Indonesia dapat mengoptimalkan fitur BSI Maslahat pada aspek kejelasan alur penggunaan dan kemudahan dalam mengikuti tahapan berinfak. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat sebagian pengguna yang belum sepenuhnya memahami proses penggunaan fitur. Oleh karena itu, diperlukan penyempurnaan pada alur penggunaan, seperti penggunaan bahasa yang komunikatif maupun penambahan petunjuk yang lebih jelas lagi agar pengguna dapat berinfak dengan lebih mudah tanpa adanya kebingungan. Selain itu, perlu diperhatikan tingkat responsivitas sistem agar tetap mudah dikendalikan oleh pengguna. Dengan pengaturan alur yang jelas dan terstruktur, pengguna dapat merasa lebih nyaman dan memiliki kontrol dalam bertransaksi. Dengan demikian, diharapkan fitur BSI Maslahat dapat memberikan pengalaman penggunaan yang lebih optimal dan semakin

meningkatkan minat masyarakat untuk berinfak melalui fitur tersebut.

2. Bagi Nasabah

Dalam penggunaan fitur BSI Maslahat untuk berinfak, masih ada kemungkinan terjadinya kekeliruan pada kondisi tertentu, seperti terjadinya kesalahan dalam transfer karena jumlah nominal yang dipilih tidak sesuai dengan yang diinginkan. Hal ini dapat terjadi karena pada situasi tertentu, pengguna cenderung terburu-buru atau kurang memperhatikan setiap tahapan yang ditampilkan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berinfak, kemudahan yang dirasakan tidak selalu diikuti dengan ketelitian dalam penggunaannya. Dengan kata lain, fitur yang mudah digunakan tetap memerlukan perhatian dari pengguna agar proses transaksi dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itu, nasabah disarankan agar lebih teliti dalam penggunaan fitur BSI Maslahat, terutama dalam mengikuti setiap langkah dan tahapan penggunaan baik dalam pemilihan nominal berinfak dan juga ketelitian dalam konfirmasi akhir, sehingga kesalahan dalam penggunaan fitur dapat diminimalisir.

3. Bagi Peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat memperluas objek atau subjek cakupan penelitian, baik dari pemerataan usia responden, jumlah sampel maupun wilayah penelitian, sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih representatif. Selain itu,

diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi minat berinfaq, seperti kepercayaan, religiusitas maupun pengaruh sosial, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif terkait perilaku infak secara digital.



DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior : Organizational Behavior and Human Decision Processes. *University of Massachusetts at Amherst*, 179–211.
- Aminudin, A. (2022). Persepsi Masyarakat Dki Jakarta Tentang Pemberitaan Penanganan Wabah Covid-19 Di Wilayah Dki Jakarta. *Medium*, 9(2), 263–275. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).8881](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).8881)
- Ansori. (2020). *Psikologi Pendidikan Pendekatan Multidisipliner by Asrori (z-lib.org)*. CV. Pena Persada.
- Astuti, W., & Prijanto, B. (2021). Faktor yang Memengaruhi Minat Muzaki dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.com: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behavior. *Al-Muzara'Ah*, 9(1), 21–44. <https://doi.org/10.29244/jam.9.1.21-44>
- Aulia, D.M.B, Sudaryanti, D., & Nadhiroh, U. (2024). Determinan Generasi Z dalam Pembayaran Ziswaf Secara Online. *Warta Ekonomi*, 7, 506–516.
- Azwar, M.(2023). *Pengaruh teknologi, religiusitas dan kepercayaan (trust) masyarakat terhadap minat berinfak menggunakan platform digital (QRIS) di kota Banda Aceh dengan pendapatan sebagai variabel mediasi (kajian pada jamaah mesjid di kota Banda Aceh)*. Universitas Islam Negeri (Uin) Ar-Raniry Banda Aceh.
- Aaminou, M W., & R. Aboulaich (2017). "nudging" islamic bankcustomers: Using behavioral insights to boost savings. *Researches and Applications in Islamic Finance*, Vol 1, No 2, pages: 121-130.

- Bella, Y. V. (2024). *pengaruh penggunaan fitur infaq pada BSI mobile dan ATM terhadap minat mahasiswa IAIN Metro untuk berinfaq*. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro.
- Bovens, L. (2018). Behavioural public policies and charitable giving. *Behavioural public policy*, 2(2), 168-173
- BPS.Banda Aceh.go.id
- Davis, D, F. (1989). Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Daudshah, F., & Yetti, F. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Nasabah Berinfaq Pada Bsi Mobile. *Veteran Economics, Management & Accounting Review*, 1(1), 74–87. <https://doi.org/10.59664/vemar.v1i1.4830>
- Evelyna, F. (2021). Theory Of Planned Behavior untuk Memprediksi Niat Pembelian Tiket Secara Online Pada Generasi Milenial. *Jbma*, VIII(1), 1–19.
- Faozizah, F. (2024). *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Masyarakat Terhadap Minat Menggunakan Fitur Berbagi Ziswaf Pada BSI Mobile*. Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Fatmawati, E. (2024). *determinan penggunaan fitur berbagi ziswaf pada bsi mobile*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Febriyanti, L. D., & Rusdianto, R. (2024). Pengaruh Persepsi dan Manfaat Digitalisasi terhadap Keputusan Pembayaran Infaq. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSai)*, 5(2), 230–245. <https://doi.org/10.22373/jsai.v5i2.4655>

- Gandhy, A., Karmila, J. T., Pakpahan, R., & Hardini, S. Y. P. . (2023). Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Bukalapak. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1), 175–186. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i1.1731>
- Ghozali, Imam. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 26. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (10th ed.).
- Ghozali, Imam (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 26. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (9th ed.).
- Habibah, U., & Nurafini, F. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan dan resiko terhadap minat membayar zakat, infaq, dan shadaqah menggunakan fitur berbagi ZISWAF BSI. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7(1), 97–112.
- Hastuti, Q. 'Aini W. (2016). Infaq Tidak Dapat Dikategorikan Sebagai Pungutan Liar. *ZISWAF : Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 3(1), 40–62. www.republika.co.id
- Hariyanto, Budi & Hasbullah, D.M. (2024). Penyelesaian Sengketa Akibat "Skimming" Bagi Pengguna Kartu ATM Ditinjau Dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal IUS*, 7(1), 1-14
- Humaero, A., Muhammad, M., & Yuyun, A (2025). Pengaruh kemudahan, keamanan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah mengguakan fitur berbagi-Ziswaf pada mobile banking BSI. *Journal Of Articial Intelligence And Digital Bussines (RIGGS)*, 4(3),6681-6686
- Hanafizadeh, P., Behboudi, M.& Koshksaray, A.A., & Jalilvand Shirkahni Tabar, M (2012). Mobile-banking adoption by irain bank clients. *Telematics And Informatics*, 30(2). Elsevier.

- Ichwan, A., & Ghofur, R.A. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 129–135. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1011>
- Irawati, nindia kartika, & Wijaya, T. (2025). Analisis keputusan masyarakat solo raya menggunakan BSI mobile banking. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(204), 1355–1377.
- Irawati, N., & Fitriyani, E.N. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Sedekah Non Tunai. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(2), 179–202.
- Ibrahim, A. (2023). *Metodologi penelitian ekonomi dan bisnis islam*. PT Bumi Aksara
- Jogiyanto, H. (2007). *Sistem informasi keperilakuan* (1st ed.). cv andi.
- Jumaati, J., & Dahruji, D. (2024). Optimizing the collection of zakat Infak and Shadaqah using digital fundraising. *Gema Wiralodra*, 15(1), 295–302. <https://doi.org/10.31943/gw.v15i1.621>
- Junaedi, E., & Neneng, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Syariah Indonesia Di Tangerang. *I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies*, 2(1), 13–32. <https://doi.org/10.36769/ibest.v2i1.338>
- Laukkanen, T & Pasanen, M. (2008). Mobile Banking Innovators And Early Adopters: How They Differ From Other Online Users. *Journal Of Financial Services Marketing*, 13(2), 86-94.
- Lubis, S. Z., Hamdani, M.F (2025). Analisis faktor yang

mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan BSI Mobile pada banyak syariah indonesia KC Lubuk Pakam. *masharif al-syariah; jurnal ekonomi dan perbankan syariah* 10(1), 149-157

Latifah, G., & Khadijah, N (2025) Pengaruh kemudahan, keamanan dan kepercayaan terhadap minat nasabah membayar ziswaf melalui mobile banking syariah. *Jurnal Metode Akuntansi Modern*, 6(2), 181-201

Magaretha, O. P & Gunawan, S (2020) Analisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan keamanan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking (studi kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandaran). *Keunis Majalah Ilmiah*. 8(1) 2302-9315

Nasution, A. A., & Zuhirsyan, M. (2024). Pengaruh Pendapatan, Kepekaan Sosial dan Promosi Terhadap Minat Civitas Akademika Dalam Membayar Zakat, Infak Dan Sedekah Melalui Polmed Ziswaf Center. *Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 137.

<https://doi.org/10.30821/se.v0i2.18003>

Nasution, R. P., Dalimunthe, A. A., & Irham, M. (2023). Analisis Persepsi Nasabah dalam Mengakses Layanan Digital pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tanjungbalai. *BanKu: Jurnal Perbankan Dan Keuangan*, 4(1), 28–37. <https://doi.org/10.37058/banku.v4i1.6691>

Nihayah, N., & Purnama, N. (2019). Evaluation Of Digital Banking Application Adoption Based On The Technology Acceptance Model (Tam). *International Journal of Science, Technology & Management*, 424–430.

Nisa, A.H., Hidayatul, H., & Linda, Y (2023) Persepsi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(4) 2828-6863

- Nurzaqiah, Neli., Ainulyaqin, MH., & Achmad Li (2024). Analisis Manajemen Risiko Keamanan *Self-Service Technology* Perbankan Syariah. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 3564-3578. DOI: 1047467/elmal.v5i7.3379
- Permana, Gusi Putu Lestara, & Rahayuni, Dewa Ayu Bintang. (2023). Determinan penggunaan crowdfunding. *JAA*, 7(2), 315–327.
- Prakarsa, G., Komala, E., Bhagya, T. G., & Andinia, S. N. (2023). Technology Acceptance Model for the Use of Learning Management System in Indonesia Technology. *Saintek: Jurnal Sain Dan Teknik*, 5(199), 126–136.
- Putra, A. D., Kusumawardhani, D.E., & Narhetali, E. (2019). teknik intervensi nudge dengan pendekatan norm untuk meningkatkan perilaku membaca remaja. *jurnal psikologi sosial*, 17(1), 3-11.
- Revita, B,S (2026) *Pengaruh ease of use, trust, dan literasi digital, terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat secara online (studi masyarakat di Bandar Lampung)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Palembang
- Rodiah, S & Inaya, M, S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66–80.
- Salsabila, N. (2023). *Pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan membayar infaq melalui BSI Mobile (Studi pada masyarakat di Kota Banda Aceh)*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Sefiana, Zelin A., & Hana, fadhullah K. (2025). Pengaruh Persepsi

- Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Byond By Bank Syariah Indonesia Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Islam*, 5(1), 14–31.
- Sugiyono. (2023). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. In Sutopo (Ed.), *ALFABETA, cv* (edisi 2). Bandung.
- Shaikh, A.A., & Karjaluoto, H. (2015). Mobile Banking Adaption: Aliterature Riview. *Telematics And Informations*, 32(1), 129-142
- Suprpto, A.,H., Fuady, I., & Kuswarno Engkus. (2017). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Untirta Terhadap Keberadaan Perda Syariah Di Kota Serang. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 21, 88–101.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C.R. (2008). *Nudge: Improving decisions abaout health, wealth, and happines*. Yale Uneversity Press
- Wangsadinata, R., Geraldine, C. N., & Aprilia, A. (2022). Pengaruh Technology Acceptance Model Dan Perceived Benefits Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Shopee Food Pada Masyarakat Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 7(2), 104–114. <https://doi.org/10.9744/jmp.7.2.104-114>
- Wardani, A.A. (2024). *Pengaruh fitur koneksi otomatis infaq dan persepsi kemudahan terhadap keputusan memberi infaq melalui BSI Mobile (studi kasus pegawai UIN Walisongo Semarang)*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

www.bsimaslahat.or.id

www.bankbsi.co.id

Zuhelti, Neti & Busriadi (2021) Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Dan Sistem Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Di Kantor Cabang Pembantu Muara Bungo. *ISTIKHLAF*, 3(1), 27-44.



Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Minat Berinfak Melalui Fitur BSI Maslahat Di Kota Banda Aceh

Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Saudara/I responden
Di tempat,

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan hormat,

Saya mahasiswa program studi perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, yang sedang menyusun tugas akhir skripsi. Mengharapkan kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuesioner angket yang akan menjadi bantuan yang sangat berarti bagi saya.

Informasi yang diperoleh melalui kuesioner ini **hanya digunakan untuk kepentingan penelitian dan tidak untuk kepentingan di luar itu**, sehingga kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I akan tetap terjaga sesuai dengan aturan dan etika penelitian. Responden diharapkan membaca setiap pertanyaan dengan baik dan menjawab dengan lengkap. **Tidak ada jawaban yang salah atau jawaban yang benar dalam pilihan Bapak/Ibu/Saudara/I yang penting adalah memilih jawaban sesuai pendapat yang dirasakan.**

Demikianlah permohonan saya, Atas ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/I dalam meluangkan waktu untuk mengisi dan menyatakan pendapat dalam penelitian ini saya ucapkan terimakasih banyak. Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Hormat saya

Ika Susi Lestari

NIM. 220603083

Petunjuk Pengisian :

Diharapkan mengisi dengan lengkap dan jelas seluruh pertanyaan yang diajukan. Selanjutnya pilihlah satu atau jawaban yang sesuai dengan anda, dengan memberikan (√) pada kolom jawaban yang ada.

A. Karakteristik Responden

1	Nama		
	Kecamatan tempat tinggal	<input type="checkbox"/> Banda raya <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Kuta Alam <input type="checkbox"/> Kuta Raja <input type="checkbox"/> Meuraxa <input type="checkbox"/> Syiah Kuala	<input type="checkbox"/> Baiturrahman <input type="checkbox"/> Lueng Bata <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Ulee Kareng <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Jaya Baru
2	Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Laki-laki	<input type="checkbox"/> Perempuan
3	Usia	<input type="checkbox"/> 17-20 tahun <input type="checkbox"/> 21-30 tahun	<input type="checkbox"/> 31-40 tahun <input type="checkbox"/> > 40 tahun
4	Pendidikan Terakhir	<input type="checkbox"/> SMA/SMK <input type="checkbox"/> Diploma III <input type="checkbox"/> S1	<input type="checkbox"/> S2 <input type="checkbox"/> lainnya
5	Pekerjaan	<input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa <input type="checkbox"/> Pegawai negeri <input type="checkbox"/> Pegawai swasta	<input type="checkbox"/> wiraswasta/usaha <input type="checkbox"/> lainnya
6	Pengalaman menggunakan fitur BSI Maslahat	<input type="checkbox"/> Pernah menggunakan <input type="checkbox"/> Pernah melihat tapi belum pernah menggunakan	<input type="checkbox"/> Belum pernah menggunakan

Keterangan pilihan interval:

- 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 : Tidak Setuju (TS)
- 3 : Ragu-Ragu (N)
- 4 : Setuju (S)
- 5 : Setuju Sekali (SS)

B. Variabel Penelitian

(X1) Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>)		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1. Manfaat (<i>usefull</i>)						
1	Saya merasa menggunakan fitur BSI Maslahat dapat membuat proses berinfak lebih cepat dan praktis					
2	Fitur BSI Maslahat memberikan manfaat dalam aktivitas berinfak saya					
2. Efektivitas (<i>effectiveness</i>)						
3	Fitur BSI Maslahat sebagai alternative penyaluran infak yang tepat (mustahaq)					
3. Meningkatkan produktivitas (<i>productivity enchancement</i>)						
4	Fitur dapat meningkatkan produktivitas ibadah saya karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja					
5	Saya merasa bahwa penggunaan fitur BSI Maslahat dapat menghemat waktu dalam menyalurkan infak					
4. Mempermudah pekerjaan (<i>make a job easier</i>)						
6	Dengan adanya fitur BSI Maslahat saya dapat menyalurkan infak dengan cepat dan mudah					
7	Fitur ini mempermudah dalam					

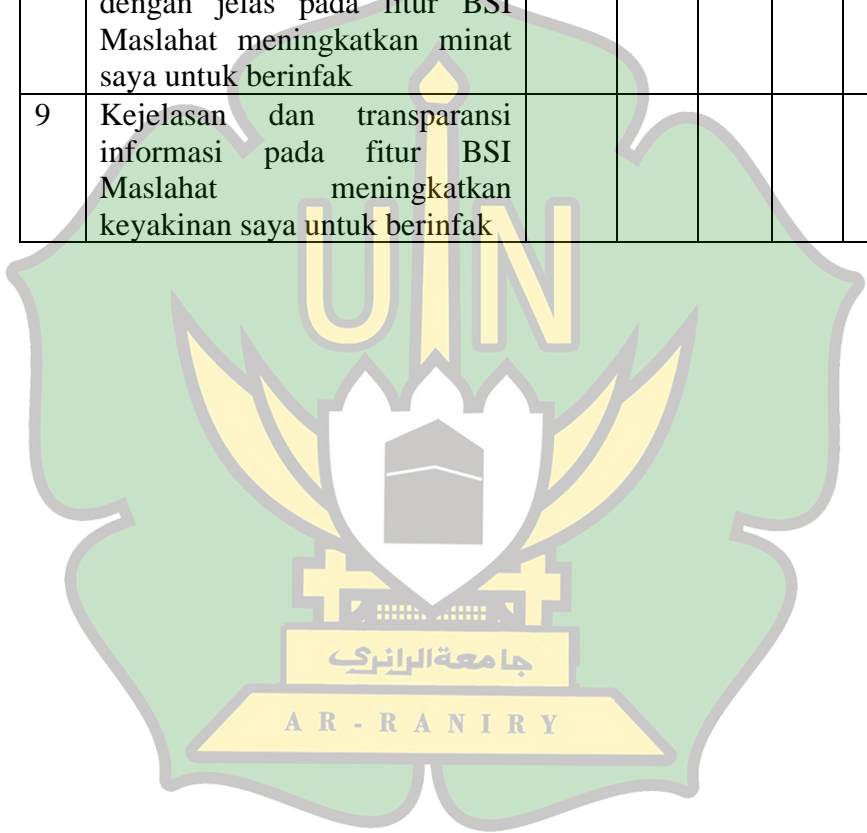
	menyalurkan infak tanpa adanya kesulitan dalam mengikuti langkah-langkahnya					
--	---	--	--	--	--	--

(X2) Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease Of Use</i>)		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1. Kemudahan pemahaman (<i>clear and understandable</i>)						
1	Saya dapat memahami cara menggunakan fitur BSI Maslahat dengan mudah tanpa kebingungan					
2	Alur dan proses berinfak di fitur BSI Maslahat tersaji secara sederhana dan mudah dipahami					
2. Kemudahan pengendalian (<i>controllable</i>)						
3	Saya merasa dapat mengendalikan proses penggunaan fitur sesuai keinginan saya					
4	Navigasi di fitur BSI Maslahat terlihat responsif dan mudah dioperasikan					
3. Kemudahan belajar (<i>easy to learn</i>)						
5	Saya dapat memahami langkah-langkah berinfak dengan cepat					
6	Fitur BSI Maslahat dapat dipelajari dengan mudah oleh pengguna					
4. Kemudahan penggunaan (<i>ease to use</i>)						
7	Fitur ini membuat saya merasa nyaman dan lancar saat menyelesaikan transaksi infak melalui fitur BSI Maslahat					
8	Saya dapat memilih nominal/jumlah dana infak					

	dengan leluasa					
--	----------------	--	--	--	--	--

(Y) Minat Berinfak		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1. Timing pasca transaksi (<i>post transaction timing</i>)						
1	Kemunculan fitur BSI Maslahat setelah transaksi dapat mendorong minat saya untuk berinfak					
2	Saya memiliki keinginan untuk melakukan infak karena munculnya fitur BSI Maslahat setelah saya melakukan transaksi.					
2. Opsi pilihan sederhana (<i>simple choice options</i>)						
3	Penyajian opsi yang sederhana pada fitur BSI Maslahat membuat saya tertarik untuk berinfak					
4	Pilihan yang tidak rumit pada fitur BSI Maslahat meningkatkan minat saya untuk berinfak melalui fitur tersebut					
3. Pembingkai pesan (<i>framing</i>)						
5	Pesan ajakan berinfak pada fitur BSI Maslahat mendorong minat saya untuk menggunakan fitur tersebut					
6	Penyajian pesan berinfak yang disertai elemen visual yang menarik meningkatkan ketertarikan saya untuk berinfak pada fitur BSI Maslahat					

4. Daya tarik visual desain (UI/UX)					
7	Tampilan visual fitur BSI Maslahat yang menarik mendorong minat saya untuk berinfak				
5. Transparansi informasi					
8	Informasi yang disampaikan dengan jelas pada fitur BSI Maslahat meningkatkan minat saya untuk berinfak				
9	Kejelasan dan transparansi informasi pada fitur BSI Maslahat meningkatkan keyakinan saya untuk berinfak				



Lampiran 2 Tabel Tabulasi Angket Penelitian

1. Persepsi Manfaat (X1)

No	Persepsi manfaat							Jumlah
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	
1	4	5	4	5	5	5	4	32
2	4	5	5	5	4	5	5	33
3	3	2	1	5	4	3	3	21
4	1	2	1	2	2	1	1	10
5	5	5	4	4	4	5	4	31
6	3	3	3	4	4	4	4	25
7	4	3	4	3	4	4	4	26
8	3	4	4	5	4	5	5	30
9	3	4	5	3	5	5	4	29
10	4	4	4	5	5	5	5	32
11	5	5	4	5	4	5	5	33
12	4	5	4	5	4	5	4	31
13	4	2	4	3	4	4	5	26
14	4	4	4	5	4	4	5	30
15	4	5	4	2	4	5	4	28
16	4	2	4	4	5	5	4	28
17	5	4	4	3	5	5	4	30
18	4	4	5	3	4	2	4	26
19	4	2	4	4	5	5	4	28
20	4	5	3	5	3	4	3	27
21	4	5	3	2	3	4	5	26
22	4	4	4	5	5	5	5	32
23	4	2	3	3	4	5	5	26
24	4	4	5	4	5	5	4	31
25	3	4	5	3	5	4	5	29
26	4	5	4	5	4	4	5	31
27	4	2	4	5	4	2	4	25

28	5	4	5	4	5	4	5	32
29	4	5	2	1	3	3	3	21
30	4	4	4	4	5	4	4	29
31	5	4	5	3	4	4	5	30
32	5	4	5	4	4	5	5	32
33	3	2	4	5	4	4	3	25
34	4	3	5	3	4	5	3	27
35	4	3	4	4	3	4	4	26
36	4	5	4	4	5	4	5	31
37	4	5	5	4	5	5	4	32
38	4	4	3	4	3	4	3	25
39	4	4	5	5	4	5	5	32
40	5	4	3	4	4	5	4	29
41	5	5	4	4	5	5	4	32
42	5	4	3	4	5	5	4	30
43	4	4	3	5	5	3	3	27
44	5	3	4	4	2	5	3	26
45	5	4	5	5	4	5	4	32
46	4	4	5	5	5	4	3	30
47	5	4	3	4	4	5	4	29
48	4	4	3	4	5	4	5	29
49	4	3	2	4	1	4	2	20
50	5	4	3	4	5	4	5	30
51	4	5	4	5	4	5	4	31
52	4	5	4	4	5	4	4	30
53	4	4	5	4	5	5	5	32
54	5	5	3	4	4	5	2	28
55	5	5	4	4	4	5	4	31
56	4	5	5	5	5	3	4	31
57	1	2	1	2	1	1	2	10
58	5	5	3	4	5	5	4	31
59	2	1	3	1	2	2	1	12

60	5	4	3	4	5	4	4	29
61	2	1	2	3	4	1	2	15
62	1	2	2	1	2	1	2	11
63	5	4	5	5	4	3	4	30
64	5	4	5	5	3	4	4	30
65	1	2	1	2	1	2	1	10
66	5	4	4	5	4	4	4	30
67	2	1	2	2	1	3	1	12
68	2	1	2	1	2	2	1	11
69	5	4	5	5	3	4	4	30
70	2	3	1	1	3	2	2	14
71	2	3	1	2	2	1	1	12
72	2	3	1	3	4	2	2	17
73	5	4	3	4	5	5	4	30
74	1	2	2	1	2	2	1	11
75	5	4	3	3	4	4	4	27
76	5	4	4	4	5	2	4	28
77	5	4	5	5	3	4	5	31
78	4	3	3	5	4	5	5	29
79	5	4	5	4	5	5	4	32
80	5	5	5	5	5	5	4	34
81	5	5	5	4	5	5	4	33
82	4	5	5	3	4	5	2	28
83	5	5	5	5	3	4	5	32
84	5	5	5	4	5	5	4	33
85	5	5	5	5	2	2	5	29
86	5	5	4	5	2	5	4	30
87	5	5	5	4	5	5	4	33
88	5	5	5	4	5	4	4	32
89	5	5	4	5	4	5	5	33
90	5	4	5	3	4	2	3	26
91	4	4	3	5	2	3	4	25

92	4	4	5	4	2	4	4	27
93	2	4	4	5	3	5	4	27
94	4	4	3	5	3	4	2	25
95	5	4	3	5	4	5	4	30
96	4	3	2	4	4	5	3	25
97	3	5	5	4	5	4	4	30
98	4	2	3	5	5	4	5	28
99	4	4	5	4	5	4	5	31
100	4	5	3	4	5	4	3	28
101	4	5	5	4	3	5	4	30
102	4	4	5	4	2	4	3	26
103	4	5	4	4	5	4	2	28
104	5	5	4	5	3	5	5	32
105	4	4	5	3	5	4	4	29
106	4	4	5	4	3	5	4	29
107	4	5	5	2	4	3	4	27
108	4	4	3	4	5	5	4	29
109	4	4	3	2	4	4	3	24
110	4	5	5	4	2	3	4	27
111	4	5	5	4	4	5	5	32
112	4	4	3	5	5	4	4	29
113	4	4	5	3	2	4	4	26
114	5	5	4	5	5	4	4	32
115	4	5	3	5	4	4	5	30
116	5	5	5	4	4	5	4	32
117	4	5	5	4	3	4	2	27
118	5	4	4	5	4	3	3	28
119	5	4	5	5	4	5	5	33
120	4	4	4	5	4	4	5	30
121	5	5	5	5	3	5	4	32
122	4	4	5	2	4	3	4	26
123	4	4	5	5	4	5	4	31

124	3	3	2	1	2	2	3	16
125	4	5	3	5	2	4	5	28
126	4	4	4	3	5	4	4	28
127	4	5	5	3	4	5	4	30
128	4	5	4	2	4	3	5	27
129	4	5	5	3	4	3	5	29
130	5	4	4	3	2	4	5	27
131	5	4	3	4	5	5	4	30
132	4	4	5	2	3	5	4	27
133	4	4	5	3	5	4	4	29
134	4	5	4	4	5	3	1	26
135	5	4	3	5	4	4	4	29
136	4	5	5	3	4	2	4	27
137	4	5	4	4	2	4	5	28
138	4	4	5	3	2	4	5	27
139	4	5	3	5	4	4	5	30
140	5	4	3	5	4	4	5	30
141	2	4	5	4	4	3	5	27
142	4	4	5	3	5	4	4	29
143	4	4	5	4	4	5	4	30
144	4	5	4	3	2	4	4	26
145	4	4	5	5	3	4	4	29
146	2	1	2	2	3	1	2	13
147	4	3	5	4	3	4	2	25
148	4	4	5	3	4	4	5	29
149	4	4	3	2	3	4	3	23
150	4	5	5	4	4	5	5	32
151	4	4	5	3	5	5	4	30
152	4	4	5	4	4	5	5	31
153	4	5	4	2	5	1	2	23
154	5	4	5	4	5	1	1	25
155	5	4	5	2	5	4	2	27

156	4	5	5	4	5	4	2	29
157	4	5	4	5	4	2	1	25
158	4	5	5	4	5	1	2	26
159	5	4	5	4	2	5	2	27
160	4	5	4	2	3	5	1	24
161	4	5	3	5	1	4	4	26
162	5	4	5	4	5	2	1	26
163	4	4	5	3	4	5	4	29
164	4	3	4	5	4	4	5	29
165	4	5	4	4	5	4	5	31
166	4	4	5	4	5	4	4	30
167	4	4	5	4	5	4	5	31
168	4	5	4	4	5	4	5	31
169	4	5	4	4	5	4	5	31
170	3	4	4	5	4	5	4	29
171	4	4	5	4	5	4	4	30
172	4	4	5	4	5	4	5	31
173	4	5	4	4	5	4	5	31
174	4	4	5	4	5	4	4	30
175	4	5	4	4	5	4	5	31
176	4	4	5	4	5	4	5	31
177	4	5	4	4	5	4	5	31
178	4	5	4	5	1	3	5	27
179	4	5	4	5	5	2	1	26
180	4	5	4	5	4	5	1	28
181	4	5	4	4	5	4	1	27
182	4	5	4	5	2	1	4	25
183	4	5	5	4	5	4	2	29
184	4	5	4	4	3	1	2	23
185	4	5	4	5	2	3	5	28
186	4	5	4	5	4	3	1	26
187	4	5	5	2	3	5	2	26

188	3	4	5	4	5	4	5	30
189	4	5	5	5	4	5	4	32
190	5	4	4	5	4	5	4	31
191	4	3	4	5	4	4	3	27
192	4	5	4	4	5	5	4	31
193	3	3	5	4	4	4	5	28
194	4	5	5	4	3	5	5	31
195	4	4	5	5	4	4	5	31
196	4	4	4	4	5	5	4	30
197	4	5	4	4	4	5	4	30
198	3	5	3	4	5	5	4	29
199	4	5	4	4	4	5	3	29
200	4	5	4	4	5	3	4	29
201	4	5	5	5	3	4	4	30
202	3	5	4	2	1	3	5	23
203	3	4	5	4	2	2	3	23
204	5	4	3	4	4	5	3	28
205	3	2	4	3	4	5	4	25
206	3	4	4	5	3	1	2	22
207	3	5	4	5	4	2	2	25
208	4	3	4	5	4	3	4	27
209	4	5	3	4	4	4	4	28
210	4	4	4	4	5	4	5	30
211	4	3	2	3	4	5	3	24
212	3	3	4	5	4	2	3	24
213	3	5	4	4	5	5	4	30
214	4	5	4	5	5	4	4	31
215	3	4	5	4	2	3	4	25
216	4	5	4	3	2	4	5	27
217	4	5	3	4	5	4	2	27
218	4	5	4	2	3	2	4	24
219	4	5	4	2	3	1	2	21

220	5	4	3	4	2	4	3	25
221	3	4	5	3	4	2	3	24
222	4	5	3	4	5	3	4	28
223	5	4	3	4	2	3	4	25
224	3	5	4	5	3	4	5	29
225	3	4	5	3	2	3	4	24
226	4	5	3	4	3	2	3	24
227	5	5	3	4	5	4	4	30
228	4	5	3	4	3	5	4	28
229	4	4	3	4	5	4	3	27
230	5	4	3	4	4	5	4	29
231	5	5	4	3	4	4	5	30
232	5	4	3	4	3	4	4	27
233	4	4	3	5	4	4	3	27
234	5	5	4	3	5	4	4	30
235	5	5	4	3	4	5	4	30
236	5	4	3	4	3	5	4	28
237	5	5	5	4	4	4	4	31
238	5	3	4	4	5	5	5	31
239	4	5	4	4	5	4	4	30
240	4	5	4	4	2	4	5	28
241	5	4	4	5	3	3	1	25
242	5	4	4	2	4	5	3	27
243	5	5	5	5	4	5	4	33
244	4	5	4	4	5	4	2	28
245	4	4	5	4	2	4	5	28
246	4	5	4	5	5	4	2	29
247	4	4	5	4	5	5	4	31
248	4	5	4	4	5	3	1	26
249	4	5	5	4	5	5	2	30
250	5	5	5	5	4	4	5	33
251	4	5	5	4	5	4	5	32

252	5	4	4	5	3	4	5	30
253	5	5	5	5	4	4	4	32
254	5	4	5	4	5	4	3	30
255	5	5	5	2	5	3	4	29
256	4	4	4	3	4	5	5	29
257	5	5	4	4	4	5	4	31
258	5	5	5	5	4	4	4	32
259	4	5	5	5	3	5	5	32
260	4	5	4	4	2	4	5	28
261	5	4	4	4	3	5	4	29
262	5	5	4	4	5	2	1	26
263	4	5	4	5	5	4	2	29
264	4	5	4	4	2	4	5	28
265	4	4	5	4	2	4	5	28
266	4	2	1	2	1	2	3	15
267	5	3	5	5	4	4	5	31
268	5	5	4	4	3	4	4	29
269	5	4	5	4	5	4	5	32
270	5	5	5	5	4	3	2	29
271	5	4	4	2	2	2	5	24
272	5	4	4	5	4	4	4	30
273	5	5	5	5	5	5	3	33
274	5	4	5	5	4	5	5	33
275	5	4	5	4	4	2	4	28
276	4	3	4	5	4	4	5	29
277	4	5	4	4	5	3	1	26
278	5	4	5	5	4	3	1	27
279	5	5	5	5	3	4	4	31
280	5	4	4	5	4	3	1	26
281	5	4	3	4	4	4	4	28
282	4	5	4	5	3	4	2	27
283	4	4	4	5	4	4	4	29

284	4	4	4	5	4	5	4	30
285	4	3	4	5	3	4	4	27
286	4	5	5	2	5	5	4	30
287	4	5	4	4	4	3	4	28
288	4	4	5	5	2	3	4	27
289	4	5	3	4	4	5	4	29
290	4	4	5	5	3	5	4	30
291	4	5	3	4	5	4	4	29
292	4	5	5	4	3	5	4	30
293	3	4	5	5	4	5	4	30
294	4	4	4	4	4	5	4	29
295	5	4	4	4	4	4	4	29
296	4	4	4	5	5	4	4	30
297	5	4	5	4	4	4	4	30
298	5	4	5	5	4	4	3	30
299	4	4	4	4	5	5	4	30
300	4	5	4	4	4	4	4	29
301	4	4	5	4	3	5	4	29
302	4	5	4	5	4	4	4	30
303	4	4	5	4	5	3	5	30
304	4	4	5	5	4	4	3	29
305	5	4	5	4	3	4	4	29
306	3	4	4	4	2	1	4	22
307	4	5	5	3	4	1	1	23
308	2	1	2	4	3	4	5	21
309	3	4	5	4	5	4	5	30
310	2	1	3	4	5	4	5	24
311	4	5	5	4	4	4	5	31
312	2	1	2	3	2	4	4	18
313	5	5	4	4	4	4	1	27
314	2	1	4	3	4	5	4	23
315	5	4	5	4	4	5	4	31

316	4	5	4	4	5	3	4	29
317	4	5	4	4	4	4	5	30
318	5	4	5	3	5	4	2	28
319	4	5	4	3	4	5	4	29
320	4	4	5	3	4	4	5	29
321	4	4	4	5	5	4	5	31
322	5	3	5	4	5	3	4	29
323	4	4	5	5	4	5	4	31
324	4	5	4	4	3	4	4	28
325	5	5	5	4	4	4	4	31
326	4	5	4	3	5	4	4	29
327	4	5	5	4	2	1	4	25
328	5	5	5	4	4	4	4	31
329	1	2	4	3	4	5	4	23
330	4	5	4	4	4	4	5	30
331	4	5	4	4	5	3	4	29
332	5	4	5	4	4	5	5	32
333	4	5	5	4	5	3	4	30
334	2	3	5	5	4	5	5	29
335	5	4	5	5	4	3	5	31
336	5	5	4	5	3	5	4	31
337	2	2	2	2	1	1	2	12
338	4	4	2	4	3	2	3	22
339	4	5	3	3	2	2	3	22
340	3	4	5	5	4	4	2	27
341	4	3	2	4	5	4	5	27
342	5	4	4	4	5	5	4	31
343	4	4	3	4	5	5	5	30
344	2	3	5	4	5	5	4	28
345	5	5	4	4	5	4	4	31
346	5	4	4	3	5	5	4	30
347	4	4	5	2	4	5	5	29

348	5	5	4	4	5	2	4	29
349	4	5	4	4	2	5	4	28
350	5	5	4	5	4	5	3	31
351	5	4	3	4	4	3	3	26
352	4	4	5	3	5	4	5	30
353	4	5	4	2	4	4	5	28
354	5	3	3	4	5	3	2	25
355	4	5	2	4	4	3	5	27
356	5	4	4	5	5	4	5	32
357	4	5	4	3	4	2	2	24
358	5	5	4	3	4	4	5	30
359	4	3	4	5	4	5	4	29
360	5	4	5	4	3	4	5	30
361	2	1	4	4	4	5	4	24
362	5	4	5	5	4	3	4	30
363	5	5	4	5	4	3	4	30
364	5	4	4	5	4	5	3	30
365	5	5	5	4	3	4	4	30
366	3	2	4	2	3	4	3	21
367	2	3	1	2	3	2	2	15
368	2	1	3	2	2	1	3	14
369	4	4	4	3	4	4	4	27
370	4	4	3	3	5	5	5	29
371	4	4	4	5	5	5	5	32
372	5	5	5	5	5	5	5	35
373	4	4	4	5	5	5	4	31
374	5	4	4	5	5	4	5	32
375	2	2	3	3	2	2	2	16
376	5	4	4	5	5	5	4	32
377	4	5	3	4	5	5	3	29
378	4	5	4	4	2	4	3	26
379	4	5	3	4	2	1	3	22

380	2	1	1	3	4	4	3	18
381	4	5	5	3	5	5	4	31
382	4	2	3	5	4	4	5	27
383	4	4	5	3	4	4	5	29
384	2	3	1	1	3	2	2	14
385	4	5	5	3	4	4	5	30
386	5	3	4	4	4	4	4	28
387	3	4	4	2	3	4	3	23
388	5	3	3	4	2	1	3	21
389	4	4	5	5	3	5	4	30
390	5	3	2	3	4	4	5	26
391	4	3	5	2	4	2	4	24
392	4	4	3	4	4	4	3	26
393	1	1	1	1	2	1	2	9
394	4	2	3	4	2	2	3	20
395	1	2	2	1	1	1	3	11
396	4	4	5	5	3	4	4	29
397	4	5	4	5	5	3	4	30
398	2	2	1	2	1	1	3	12
399	1	2	1	1	2	1	2	10
400	4	5	4	5	4	4	5	31

جامعة الرانري

AR - RANIRY

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)

No	Persepsi Kemudahan Penggunaan								Jumlah
	X2.p 1	X2.p 2	X2.p 3	X2.p 4	X2.p 5	X2.p 6	X2.p 7	X2.p 8	
1	5	5	4	5	5	5	5	5	39
2	4	4	5	4	4	4	4	5	34
3	2	1	3	4	5	1	3	2	21
4	2	1	2	1	3	1	2	1	13
5	4	3	4	4	4	4	4	4	31
6	5	4	4	4	4	4	4	4	33
7	4	3	4	3	3	4	3	5	29
8	5	5	4	4	4	4	5	4	35
9	4	3	5	5	4	5	3	5	34
10	4	4	3	4	5	5	5	5	35
11	5	4	5	4	5	5	4	4	36
12	4	4	4	4	5	4	5	4	34
13	4	4	5	3	5	4	3	5	33
14	4	4	5	4	5	4	4	4	34
15	5	4	2	4	5	4	5	4	33
16	4	5	4	5	5	4	4	4	35
17	4	4	3	4	4	5	4	4	32
18	4	5	4	4	5	5	4	5	36
19	4	5	4	5	5	4	5	5	37
20	3	2	4	4	4	5	4	5	28
21	4	5	4	3	4	5	4	3	32
22	4	4	4	3	4	4	4	4	31
23	4	5	2	2	3	5	4	5	30
24	4	3	3	3	4	3	4	5	29
25	3	3	4	5	4	4	4	4	31
26	5	4	4	4	5	4	5	4	35
27	4	5	4	5	4	5	4	5	36
28	4	5	4	5	4	5	4	5	36
29	4	3	3	4	4	3	3	2	26

30	5	5	4	4	5	5	5	5	38
31	5	4	5	3	4	5	5	5	36
32	3	4	3	4	5	5	4	3	31
33	3	4	3	4	5	4	2	4	29
34	4	3	4	5	4	3	5	4	32
35	4	4	3	3	4	4	3	4	29
36	4	5	4	5	4	5	5	4	36
37	5	4	4	5	4	5	5	4	36
38	5	5	4	3	3	4	3	4	31
39	4	4	5	4	4	4	5	5	35
40	5	4	4	4	5	4	5	4	35
41	4	4	5	5	4	5	5	4	36
42	4	5	4	5	4	5	3	5	35
43	3	5	3	4	2	4	3	5	29
44	2	5	4	2	3	5	5	4	30
45	5	4	3	5	4	4	5	5	35
46	5	3	4	3	4	5	3	5	32
47	4	4	4	4	5	5	5	4	35
48	4	5	4	4	4	5	3	5	34
49	3	4	2	3	4	4	2	3	25
50	4	5	4	5	4	4	5	5	36
51	4	5	2	4	5	4	5	4	33
52	4	5	4	4	5	4	5	4	35
53	3	4	5	5	4	4	4	5	34
54	5	5	4	4	5	5	2	4	35
55	4	5	4	4	4	5	5	3	34
56	5	5	4	5	2	5	4	3	33
57	1	2	2	1	2	1	2	2	13
58	5	4	5	5	4	5	3	5	36
59	3	2	3	2	1	4	1	2	18
60	5	4	3	4	5	4	5	5	35
61	2	3	1	2	2	3	2	3	18
62	2	1	2	1	1	2	2	1	12

63	5	4	5	5	5	4	4	5	37
64	5	4	3	5	5	5	4	5	36
65	1	2	1	2	2	1	1	2	12
66	5	4	3	4	5	5	4	5	35
67	2	1	2	2	1	2	2	1	13
68	2	1	2	1	2	2	1	1	12
69	5	4	3	4	5	4	5	4	34
70	2	2	3	4	2	1	2	2	18
71	2	1	3	1	2	3	2	1	15
72	2	4	2	3	2	1	4	2	20
73	5	4	3	4	5	5	5	4	35
74	1	2	2	1	2	2	2	1	13
75	5	4	3	3	4	5	5	4	33
76	4	5	4	3	2	5	4	5	32
77	5	4	4	1	4	4	5	5	32
78	5	4	3	5	5	4	5	5	36
79	5	4	5	5	5	5	4	5	38
80	5	5	5	5	5	4	5	4	38
81	5	5	4	5	5	4	5	4	37
82	5	5	5	5	5	4	2	5	36
83	5	5	4	5	5	5	2	4	35
84	5	5	4	5	5	5	1	5	35
85	5	5	5	3	4	5	1	4	32
86	5	4	3	5	5	5	4	5	36
87	5	5	5	5	5	5	5	5	39
88	4	5	5	5	5	4	5	5	38
89	4	5	4	5	4	3	5	4	34
90	4	5	4	5	3	5	5	4	35
91	5	5	4	5	3	5	4	5	36
92	5	4	2	1	4	5	3	4	28
93	5	4	5	3	5	4	5	5	36
94	5	4	5	5	3	5	4	4	35
95	5	5	2	4	4	3	5	4	32

96	4	5	4	5	3	5	4	4	34
97	5	4	3	5	4	5	4	2	32
98	4	5	3	3	5	5	2	5	32
99	4	5	4	3	5	5	4	5	35
100	5	4	2	5	4	4	5	4	33
101	5	5	4	5	3	5	5	4	36
102	5	4	5	5	3	4	4	5	35
103	3	5	5	4	5	4	5	5	36
104	4	4	2	4	3	5	4	5	31
105	5	4	5	3	4	2	4	4	31
106	5	5	4	5	4	5	4	2	34
107	5	5	4	2	3	4	4	5	32
108	4	4	5	3	5	5	4	5	35
109	5	5	4	3	1	4	3	4	29
110	4	4	5	2	1	4	4	5	29
111	4	5	5	4	5	5	4	4	36
112	5	5	4	3	5	5	4	4	35
113	5	5	4	2	1	3	4	2	26
114	5	5	5	4	5	4	4	5	37
115	4	5	5	3	5	5	4	4	35
116	5	4	4	5	4	5	5	4	36
117	5	4	4	3	5	5	4	3	33
118	4	5	4	5	4	4	5	5	36
119	5	5	4	4	5	4	5	5	37
120	4	5	5	4	4	5	4	3	34
121	4	4	5	5	5	3	4	3	33
122	4	2	5	4	5	5	4	4	33
123	5	4	4	5	5	5	4	3	35
124	2	2	1	3	3	2	1	2	16
125	4	4	1	4	4	4	3	4	28
126	4	2	4	5	4	4	3	5	31
127	5	4	5	5	2	4	5	4	34
128	4	4	5	2	5	4	4	3	31

129	4	4	5	3	4	2	5	3	30
130	4	4	5	3	4	4	5	4	33
131	4	5	4	5	3	5	4	4	34
132	4	4	5	3	5	4	5	5	35
133	4	4	3	5	4	5	5	4	34
134	4	5	3	5	4	5	5	4	35
135	4	4	5	2	4	5	4	4	32
136	5	5	2	3	5	4	5	5	34
137	4	5	4	3	5	5	4	4	34
138	5	5	3	4	2	5	4	4	32
139	5	4	4	3	5	4	5	5	35
140	5	4	3	5	4	4	5	3	33
141	2	4	4	3	5	4	3	5	30
142	5	5	4	3	5	4	4	4	34
143	5	4	5	4	4	3	4	5	34
144	5	5	3	2	1	4	3	4	27
145	5	5	4	3	4	4	3	5	33
146	2	2	1	3	2	2	1	2	15
147	4	5	3	2	1	3	4	4	26
148	4	4	3	5	5	4	3	4	32
149	3	2	4	4	3	1	2	3	22
150	4	5	5	4	4	5	5	4	36
151	5	5	3	4	4	5	3	4	33
152	5	4	5	5	5	4	4	5	37
153	5	5	4	5	3	2	5	4	33
154	5	4	4	5	5	2	2	5	32
155	4	5	2	1	5	4	3	5	29
156	4	4	1	2	4	5	2	1	23
157	5	5	4	4	3	2	5	4	32
158	5	4	5	5	2	1	5	4	31
159	4	5	4	5	2	2	4	1	27
160	5	4	5	4	2	5	2	5	32
161	4	4	2	5	3	5	1	2	26

162	5	4	5	4	5	3	1	4	31
163	2	4	4	5	3	3	4	5	30
164	2	3	4	5	4	1	4	4	27
165	3	2	4	5	2	4	5	4	29
166	3	4	5	4	4	5	4	5	34
167	4	4	5	4	5	4	4	5	35
168	4	4	5	4	5	4	4	5	35
169	4	3	4	2	4	5	4	4	30
170	2	1	2	3	4	4	5	4	25
171	5	3	4	2	4	5	4	4	31
172	4	4	5	4	5	4	4	5	35
173	4	5	4	4	5	4	5	4	35
174	4	5	4	2	4	4	5	4	32
175	4	4	5	4	5	4	4	5	35
176	2	3	4	2	4	5	4	4	28
177	4	4	5	4	5	4	4	5	35
178	4	5	4	5	2	2	4	5	31
179	4	4	5	4	5	4	4	2	32
180	4	5	4	5	1	2	5	4	30
181	4	4	5	4	5	2	1	4	29
182	4	4	5	4	5	4	5	2	33
183	4	5	1	2	5	4	5	2	28
184	5	4	4	5	5	2	1	4	30
185	4	4	5	2	1	5	4	5	30
186	4	4	5	4	4	2	1	5	25
187	4	5	5	4	2	5	4	1	30
188	4	5	4	5	5	4	5	4	36
189	4	4	5	4	5	4	5	5	36
190	4	5	5	4	5	5	4	4	36
191	4	4	4	5	4	5	5	4	35
192	4	4	5	5	5	4	4	3	34
193	5	5	4	5	4	5	4	4	36
194	3	4	5	5	4	5	4	4	34

195	3	4	4	5	5	4	5	5	35
196	3	4	5	4	4	5	4	5	34
197	5	5	4	4	4	5	4	4	35
198	4	5	5	4	5	5	4	4	36
199	5	5	4	4	5	5	4	3	35
200	4	5	4	4	5	4	4	4	34
201	4	4	5	5	4	4	5	3	34
202	4	4	5	4	3	4	5	3	32
203	4	5	4	2	3	4	5	4	31
204	3	2	3	4	5	4	5	3	29
205	4	5	3	4	5	4	2	3	30
206	4	5	3	4	5	4	3	4	32
207	4	5	4	5	4	5	4	3	34
208	3	4	5	4	2	3	4	5	30
209	4	4	5	4	5	4	4	5	35
210	4	4	4	4	5	5	5	4	35
211	4	2	3	4	5	4	2	3	27
212	4	2	3	5	4	5	3	4	30
213	4	4	5	5	3	5	5	4	35
214	5	4	4	5	4	4	5	4	35
215	4	5	4	4	3	5	3	4	32
216	4	5	3	4	2	3	4	5	30
217	3	5	4	5	3	4	2	4	30
218	4	5	4	3	4	5	4	3	32
219	3	4	4	5	4	2	3	4	29
220	5	4	3	4	5	3	4	3	31
221	4	5	3	4	2	4	4	2	28
222	5	4	3	3	5	4	5	4	33
223	4	5	4	3	4	5	5	4	34
224	3	4	5	5	4	4	2	3	30
225	5	3	4	5	3	4	5	4	33
226	4	4	5	4	3	4	5	3	32
227	5	5	4	4	3	5	4	4	34

228	4	4	5	4	5	4	5	3	34
229	4	5	5	4	4	3	5	4	34
230	5	4	5	4	4	5	4	4	35
231	4	5	4	3	4	5	3	3	31
232	5	5	3	5	3	4	4	5	34
233	2	4	3	4	4	5	4	5	31
234	5	5	4	5	4	4	5	3	35
235	4	5	5	4	3	5	4	4	34
236	5	5	3	4	5	4	5	5	36
237	5	4	4	4	4	3	3	4	31
238	5	5	5	4	4	3	4	4	34
239	5	5	4	5	4	5	5	4	37
240	1	3	5	4	5	5	4	2	29
241	5	4	4	2	4	5	4	4	32
242	5	5	4	5	4	4	5	4	36
243	5	5	5	3	2	1	3	4	28
244	1	3	5	4	4	2	4	5	28
245	5	4	4	2	4	5	4	4	32
246	1	3	5	4	5	4	4	5	31
247	5	4	5	5	4	5	4	4	36
248	2	4	5	4	4	2	4	5	30
249	5	5	4	4	4	5	3	4	34
250	4	5	3	3	4	5	3	3	30
251	4	4	5	5	4	4	4	5	35
252	4	5	4	4	4	5	3	4	34
253	5	5	4	4	5	4	5	4	36
254	2	3	2	3	4	4	5	4	27
255	5	5	4	2	3	4	4	5	32
256	5	4	5	4	4	4	5	5	36
257	5	5	4	5	4	5	5	4	37
258	5	5	4	5	4	4	5	5	37
259	4	5	5	4	4	5	4	5	36
260	1	3	5	4	4	2	4	5	28

261	4	4	5	4	2	4	5	4	32
262	3	3	5	5	5	4	4	4	33
263	1	3	5	4	5	5	4	5	32
264	5	4	5	3	1	4	5	4	31
265	5	4	4	3	5	4	5	5	35
266	2	2	3	3	2	2	2	1	17
267	4	5	4	5	4	4	5	5	36
268	5	5	5	5	5	4	3	4	36
269	5	5	4	5	5	4	5	5	38
270	1	3	5	5	4	3	2	4	27
271	5	4	5	4	3	2	2	4	29
272	5	5	2	3	4	4	5	4	32
273	4	4	4	5	4	5	4	5	35
274	5	4	5	5	4	5	5	4	37
275	5	5	4	2	4	5	4	5	34
276	5	4	4	3	4	4	4	4	32
277	5	4	5	4	4	1	3	4	30
278	2	4	5	4	4	5	4	5	33
279	5	5	5	4	4	4	5	4	36
280	4	5	4	5	5	4	2	4	33
281	5	5	5	5	3	4	5	4	36
282	1	3	5	4	2	2	4	5	26
283	4	5	3	5	4	5	2	5	33
284	4	4	5	5	5	5	4	4	36
285	5	4	5	4	5	3	5	4	35
286	5	5	4	4	5	5	4	5	37
287	4	4	5	5	3	5	4	4	34
288	3	5	4	5	5	3	5	4	34
289	3	5	5	5	4	4	5	5	36
290	5	5	4	5	4	5	4	4	36
291	5	4	5	3	4	5	4	4	34
292	3	5	5	4	5	4	5	4	35
293	5	5	4	5	5	5	4	4	37

294	5	5	5	5	5	5	4	5	39
295	4	4	5	4	5	5	5	5	37
296	4	4	4	5	5	5	4	4	35
297	4	4	3	4	5	5	4	5	34
298	4	4	4	4	5	4	4	5	34
299	4	5	5	5	5	4	4	4	36
300	4	5	3	5	4	4	5	4	34
301	4	5	4	4	5	5	4	4	35
302	5	5	5	5	4	5	4	5	38
303	2	3	1	4	5	5	4	4	28
304	5	5	5	5	4	4	4	4	36
305	1	2	4	5	3	4	4	5	28
306	4	4	5	3	4	4	4	5	33
307	2	3	4	5	5	4	5	5	33
308	4	3	4	5	5	4	3	4	32
309	3	4	5	3	4	5	4	5	33
310	4	4	5	4	4	5	4	5	35
311	5	4	4	4	5	5	4	5	36
312	5	5	4	5	4	5	4	4	36
313	5	4	5	4	5	5	5	4	37
314	4	4	5	4	4	4	5	4	34
315	5	5	4	4	5	5	5	5	38
316	2	1	3	4	5	4	5	4	28
317	5	4	5	5	4	5	4	5	37
318	1	3	4	4	5	4	4	5	30
319	2	1	3	5	5	4	4	5	29
320	2	1	3	5	4	5	4	5	29
321	4	4	5	5	5	4	4	4	35
322	2	1	3	3	5	4	5	4	27
323	5	5	4	5	5	5	4	4	37
324	5	4	5	4	5	2	3	1	29
325	5	4	4	5	4	5	4	5	36
326	5	3	4	3	2	5	4	5	31

327	3	5	4	5	5	4	4	5	35
328	4	5	5	5	5	4	4	5	37
329	4	4	5	5	4	5	4	5	36
330	4	4	5	4	4	4	5	4	34
331	4	5	5	4	5	4	4	4	35
332	4	5	5	5	5	4	4	4	36
333	4	4	4	5	3	5	5	4	34
334	4	5	5	4	5	3	5	4	35
335	4	5	5	4	5	5	4	5	37
336	5	5	4	5	3	5	3	5	35
337	1	1	2	2	1	1	2	1	11
338	4	4	1	3	3	3	5	5	28
339	1	4	3	4	5	5	4	1	27
340	4	4	5	3	2	4	5	3	30
341	2	4	4	4	5	3	5	2	29
342	1	4	5	5	4	4	5	5	33
343	2	5	5	4	5	5	5	4	35
344	5	4	5	5	4	4	4	5	36
345	5	5	4	2	4	4	4	1	29
346	2	4	5	5	4	4	1	4	29
347	1	4	5	4	3	5	5	5	32
348	5	4	4	4	4	5	5	4	32
349	5	5	4	4	1	5	3	5	32
350	4	5	5	4	5	3	5	4	35
351	5	5	4	4	5	4	5	5	37
352	4	4	4	5	4	3	5	4	33
353	5	4	5	3	5	4	5	5	36
354	2	1	4	4	4	4	3	5	27
355	5	4	5	4	5	3	5	5	36
356	4	2	1	3	4	4	4	4	26
357	5	5	4	4	5	4	3	4	34
358	2	1	1	5	4	4	5	4	26
359	1	2	3	4	5	4	5	4	28

360	4	5	5	5	4	3	4	5	35
361	4	3	4	4	4	4	5	5	33
362	5	5	5	4	5	4	4	4	36
363	5	5	4	3	4	5	5	4	35
364	5	5	4	5	5	5	4	4	37
365	5	5	4	5	3	5	4	5	36
366	1	2	1	1	2	2	1	1	11
367	1	1	2	3	2	2	1	3	15
368	4	3	2	1	3	2	1	4	20
369	4	3	4	3	4	3	3	4	28
370	5	5	3	4	5	4	3	3	32
371	5	5	5	4	5	4	4	5	37
372	5	3	4	4	4	5	5	5	35
373	4	4	5	4	5	5	5	5	37
374	5	4	5	5	4	5	5	5	38
375	1	2	2	3	2	1	3	1	15
376	5	5	4	5	5	5	5	4	38
377	4	4	3	5	4	4	5	5	34
378	5	5	4	4	5	4	5	5	37
379	4	4	5	3	4	4	5	4	33
380	2	1	3	4	2	3	2	4	21
381	2	4	4	5	3	1	3	4	26
382	3	1	2	2	3	2	2	3	18
383	3	2	2	1	2	3	4	5	22
384	5	3	4	4	5	3	1	3	23
385	3	2	4	4	5	3	2	4	27
386	3	4	4	2	4	3	4	4	28
387	3	4	2	3	4	4	2	3	25
388	4	5	3	4	4	4	4	5	33
389	4	5	4	4	4	5	5	4	35
390	3	4	4	5	4	3	4	4	31
391	3	4	4	5	3	3	4	5	31
392	4	3	4	3	3	4	4	4	29

393	2	2	2	2	2	2	2	1	15
394	2	1	3	4	4	2	3	5	24
395	2	2	1	3	1	2	3	1	15
396	5	4	5	5	4	3	4	5	35
397	3	4	4	5	4	5	5	5	35
398	2	2	1	1	2	3	3	1	15
399	1	3	3	2	1	2	1	3	16
400	5	4	4	5	5	5	5	4	37

3. Minat Berinfak (Y)

No	Minat berinfak									jumlah
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	
1	4	4	4	4	4	5	5	5	5	40
2	5	4	4	5	5	4	5	4	5	41
3	3	2	2	3	4	2	2	3	5	26
4	2	2	1	2	1	2	2	1	2	15
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
7	2	3	3	5	3	3	2	2	3	26
8	4	5	4	4	4	5	5	5	5	41
9	3	1	5	5	3	1	5	4	3	30
10	5	5	5	5	4	4	4	5	5	42
11	5	5	5	4	5	5	4	5	4	42
12	3	4	4	4	5	4	4	5	4	37
13	2	4	4	4	2	4	4	4	5	33
14	3	4	3	4	5	4	4	5	4	36
15	4	5	4	4	5	4	4	5	4	39
16	3	3	4	4	3	4	5	5	4	35
17	5	5	4	3	3	3	4	5	5	37
18	5	4	5	4	4	4	5	5	5	41
19	2	4	5	4	5	4	4	5	4	37

20	2	3	5	4	2	3	4	3	5	31
21	4	4	5	3	4	5	3	3	4	35
22	5	3	4	4	3	3	5	5	5	37
23	3	2	2	3	5	4	5	4	3	31
24	3	4	3	4	4	4	4	3	4	33
25	5	4	5	5	4	5	5	3	4	40
26	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
27	4	2	4	5	4	2	4	5	4	34
28	4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
29	3	3	2	5	3	4	3	4	4	31
30	4	5	4	4	5	4	4	4	5	39
31	5	4	5	5	4	5	3	5	5	41
32	4	4	5	5	4	3	4	5	5	39
33	4	4	2	4	3	3	4	5	4	33
34	3	4	5	3	4	5	3	5	4	36
35	3	3	4	3	4	4	4	4	3	32
36	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
37	4	5	4	4	5	5	4	5	4	40
38	3	3	3	4	4	4	3	3	4	31
39	5	4	4	4	4	4	4	4	5	38
40	4	3	4	3	4	3	4	4	5	34
41	4	4	5	5	4	5	5	4	4	40
42	4	5	4	5	5	3	3	5	4	38
43	2	3	5	4	2	5	4	4	2	31
44	5	2	4	3	5	5	3	4	4	35
45	5	4	4	5	4	5	5	4	4	40
46	4	5	5	4	5	5	4	5	5	42
47	4	4	5	5	4	3	4	5	3	37
48	4	5	5	4	5	4	5	4	5	41
49	3	4	4	3	3	4	2	3	3	29
50	3	4	5	3	4	5	5	4	4	37
51	4	2	5	4	5	4	5	4	5	38

52	4	4	4	4	5	4	5	5	5	40
53	5	5	4	4	4	4	5	5	5	41
54	4	5	4	5	5	4	4	5	4	40
55	4	5	4	4	5	5	5	5	4	41
56	4	5	4	5	4	5	3	5	4	39
57	1	2	2	1	2	1	2	2	1	14
58	5	4	3	4	5	4	5	5	5	40
59	3	5	3	2	3	3	2	3	2	26
60	5	4	3	4	5	5	5	4	5	40
61	2	3	4	5	3	2	4	5	2	30
62	1	2	1	2	2	1	1	2	2	14
63	5	4	4	5	5	4	3	5	4	39
64	5	4	4	5	5	4	5	5	5	42
65	2	2	1	1	2	1	1	2	1	13
66	5	4	5	5	4	3	5	4	4	39
67	1	2	1	1	2	2	1	2	2	14
68	2	1	2	1	2	2	1	2	1	14
69	5	4	3	4	4	4	5	5	4	38
70	2	1	3	4	2	2	3	2	4	23
71	2	4	3	2	3	2	3	2	4	25
72	2	4	2	3	3	2	1	3	4	24
73	5	4	4	5	5	4	4	4	4	39
74	3	1	2	2	3	1	2	2	1	17
75	5	4	3	4	5	5	4	4	5	39
76	4	4	3	5	5	5	4	4	5	39
77	4	5	4	5	5	4	5	5	4	41
78	4	4	4	5	5	5	5	5	4	41
79	5	5	4	5	5	5	5	5	4	43
80	4	4	4	5	5	5	5	5	4	41
81	5	5	4	5	5	5	5	5	4	43
82	5	5	3	5	5	5	4	4	4	40
83	4	4	5	5	2	4	5	4	5	38

84	4	5	4	5	5	5	5	5	4	42
85	5	5	5	2	5	5	5	5	4	41
86	5	5	1	4	5	5	5	4	4	38
87	5	5	4	5	5	5	5	4	4	42
88	5	5	5	4	5	4	5	5	5	43
89	5	3	3	5	4	5	4	4	5	38
90	5	4	3	5	5	4	5	5	4	40
91	5	4	4	5	3	5	4	5	5	40
92	5	4	5	3	4	4	5	3	5	38
93	4	5	2	3	5	4	5	5	4	37
94	5	5	3	5	4	5	3	4	4	38
95	4	4	2	4	5	4	5	3	4	35
96	5	4	4	2	3	5	5	4	5	37
97	3	5	4	5	5	4	3	4	5	38
98	4	4	5	3	5	4	5	5	4	39
99	4	5	3	5	5	4	5	5	4	40
100	3	5	4	5	5	4	5	5	4	40
101	4	5	3	5	4	5	4	4	5	39
102	5	4	2	3	5	5	4	5	4	37
103	4	4	5	3	5	4	5	5	4	39
104	3	5	4	2	4	5	3	5	4	35
105	5	5	3	5	4	5	5	4	3	39
106	5	4	3	5	5	4	5	4	4	39
107	4	5	5	1	3	4	4	5	3	34
108	4	4	5	4	4	5	3	4	4	37
109	4	5	5	2	4	4	5	4	5	38
110	4	3	4	4	5	5	4	4	3	36
111	5	4	4	5	5	4	4	5	4	40
112	4	5	5	3	5	5	4	4	5	40
113	4	4	5	2	4	4	5	3	4	35
114	5	4	4	5	5	4	5	5	5	42
115	5	5	3	4	4	5	5	4	3	38

116	4	5	4	5	5	4	5	5	4	41
117	2	5	3	4	5	3	5	5	4	36
118	4	4	3	5	4	5	4	4	5	38
119	5	4	4	5	5	4	4	5	5	41
120	5	4	3	5	5	3	4	4	5	38
121	4	4	3	4	3	4	5	4	5	36
122	4	5	4	4	5	4	5	4	4	39
123	4	5	5	4	4	5	5	4	5	41
124	2	2	2	3	2	1	2	2	3	19
125	4	5	4	4	3	5	4	5	5	39
126	4	4	5	2	4	4	4	5	3	35
127	4	4	5	3	5	4	4	5	4	38
128	4	4	5	3	5	5	4	5	5	40
129	4	4	5	3	4	5	4	4	5	38
130	5	5	3	4	5	4	3	5	4	38
131	4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
132	5	4	5	5	3	4	5	4	4	39
133	4	5	3	5	4	4	5	4	5	39
134	4	5	4	5	4	5	3	5	4	39
135	5	3	5	4	5	5	4	5	4	40
136	4	5	4	3	5	4	4	5	4	38
137	5	4	3	5	4	5	5	4	5	40
138	4	4	5	3	5	4	4	5	4	38
139	5	4	3	5	4	5	5	4	5	40
140	3	4	5	3	5	4	4	5	4	37
141	4	4	5	2	5	4	4	5	4	37
142	5	5	4	5	4	5	5	3	4	40
143	5	4	4	5	4	5	5	4	5	41
144	3	4	5	5	4	3	5	5	4	38
145	4	5	5	4	4	3	5	5	4	39
146	2	3	1	1	2	2	3	2	2	18
147	5	3	2	4	4	5	3	4	4	34

148	5	5	3	4	4	5	3	4	4	37
149	4	3	4	3	4	5	3	2	4	32
150	4	5	5	4	5	4	4	4	5	40
151	5	5	3	4	4	5	3	4	4	37
152	5	4	4	5	4	5	5	5	4	41
153	4	5	4	4	2	5	3	2	4	33
154	4	5	4	5	1	4	2	5	4	34
155	4	5	2	1	5	4	2	5	4	32
156	4	4	5	2	1	4	5	4	5	34
157	4	5	4	5	2	1	5	5	4	35
158	4	4	5	2	1	5	4	5	2	32
159	4	5	2	1	5	5	3	5	4	34
160	4	5	4	1	2	5	4	5	2	32
161	5	4	5	4	5	4	5	2	1	35
162	5	4	4	5	2	1	5	4	5	35
163	4	5	4	1	4	4	3	4	5	34
164	4	5	4	4	5	4	2	4	5	37
165	4	4	5	4	4	5	2	3	4	35
166	4	5	4	4	5	4	2	4	4	36
167	4	5	4	4	5	4	5	4	4	39
168	4	5	4	4	5	4	5	4	4	39
169	4	5	4	4	5	4	3	4	4	37
170	4	5	4	4	5	4	5	4	4	39
171	4	5	3	4	4	5	2	4	5	36
172	4	5	4	4	5	4	5	4	4	39
173	4	4	5	4	5	4	4	5	4	39
174	4	5	4	3	4	5	2	4	4	35
175	4	4	5	4	5	4	4	5	4	39
176	4	5	4	4	5	4	5	4	4	39
177	4	5	4	4	5	4	5	4	4	39
178	5	4	5	2	1	4	4	5	4	34
179	4	3	5	5	2	4	4	5	2	34

180	4	5	4	5	2	1	5	5	4	35
181	4	4	5	4	5	2	1	5	4	34
182	4	5	4	1	2	5	4	5	4	34
183	4	5	4	5	4	4	1	1	5	33
184	4	5	4	1	1	5	4	5	2	31
185	4	5	4	4	2	5	2	5	4	35
186	4	5	4	5	3	2	4	4	4	35
187	4	4	1	5	4	2	5	4	1	30
188	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
189	4	3	4	3	5	4	4	3	4	34
190	4	5	5	4	5	4	4	4	4	39
191	5	3	4	5	5	4	3	4	5	38
192	5	4	4	4	5	5	5	4	4	40
193	4	5	4	5	5	4	4	4	4	39
194	5	4	4	5	5	4	3	4	4	38
195	4	4	5	5	4	5	4	5	4	40
196	4	4	5	4	5	5	4	5	5	41
197	4	5	4	5	4	5	5	4	4	40
198	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38
199	5	5	5	4	4	5	5	4	4	41
200	5	3	4	5	4	4	5	4	4	38
201	4	4	4	5	5	3	4	4	4	37
202	4	5	3	3	5	4	5	3	4	36
203	4	5	5	4	3	4	5	4	5	39
204	3	4	5	4	2	4	5	4	5	36
205	3	5	4	2	3	3	4	5	4	33
206	5	3	4	5	4	4	5	3	4	37
207	5	4	4	5	5	4	5	5	4	41
208	4	5	4	3	4	5	3	5	4	37
209	5	5	3	4	4	5	5	4	4	39
210	3	5	4	5	4	4	4	4	4	37
211	5	4	3	2	3	4	5	3	4	33

212	3	4	5	3	4	5	4	3	4	35
213	3	4	4	4	5	4	4	5	5	38
214	4	5	3	3	5	4	4	5	4	37
215	3	4	5	3	3	4	2	3	4	31
216	3	5	4	5	4	2	3	5	4	35
217	3	4	5	4	5	4	3	4	5	37
218	4	5	4	3	2	4	5	4	5	36
219	3	5	4	5	4	3	4	5	4	37
220	2	4	4	5	4	3	4	5	4	35
221	3	5	4	5	3	4	5	4	3	36
222	3	4	4	5	4	3	2	4	5	34
223	3	3	4	5	4	5	3	4	5	36
224	4	5	3	4	5	4	2	3	4	34
225	4	5	3	4	2	4	5	4	5	36
226	4	5	3	5	4	2	3	4	5	35
227	3	5	3	5	4	5	5	4	5	39
228	4	5	5	5	4	3	4	5	4	39
229	4	5	4	5	4	3	4	5	4	38
230	4	3	5	5	4	5	4	5	3	38
231	4	5	2	4	4	5	4	4	5	37
232	4	5	4	3	4	5	5	4	4	38
233	4	5	2	4	3	4	5	5	5	37
234	4	3	5	4	4	5	4	5	4	38
235	5	5	5	4	4	4	5	4	3	39
236	4	4	4	5	5	4	5	4	5	40
237	4	4	3	4	5	4	5	3	5	37
238	4	5	5	5	4	4	5	5	4	41
239	4	4	5	4	5	5	4	5	5	41
240	4	4	5	4	2	4	5	4	5	37
241	3	5	4	4	2	4	5	4	4	35
242	1	3	5	4	5	5	4	5	4	36
243	4	4	3	4	5	4	5	4	4	37

244	5	4	4	2	4	5	4	5	5	38
245	1	3	4	4	5	5	4	5	4	35
246	4	5	4	4	2	4	5	4	5	37
247	4	5	4	5	5	4	5	5	4	41
248	3	4	4	2	4	5	4	5	5	36
249	4	3	4	4	4	5	4	3	5	36
250	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43
251	4	4	5	4	5	4	4	4	5	39
252	3	5	3	4	5	5	4	4	5	38
253	5	4	4	5	4	5	5	4	5	41
254	4	4	3	4	4	4	4	3	4	34
255	5	5	3	4	4	4	4	4	5	38
256	5	4	4	5	4	5	4	5	5	41
257	5	4	4	4	4	4	4	5	4	38
258	4	5	4	5	4	5	5	4	5	41
259	4	5	4	5	4	5	5	4	5	41
260	5	4	4	2	1	3	5	4	5	33
261	3	1	4	5	4	5	5	4	5	36
262	5	5	5	4	5	4	3	4	5	40
263	4	5	4	4	2	4	5	4	4	36
264	4	5	4	4	5	4	2	4	5	37
265	4	5	4	4	5	3	1	4	5	35
266	2	3	2	2	1	2	2	3	2	19
267	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
268	5	5	4	3	4	5	4	5	5	40
269	4	4	4	5	4	5	5	4	5	40
270	4	3	3	4	4	4	4	4	5	35
271	4	4	3	4	4	3	4	3	4	33
272	5	4	4	4	5	5	5	4	5	41
273	4	5	4	4	4	4	4	5	4	38
274	4	5	4	5	5	4	5	4	4	40
275	1	3	5	4	5	5	4	5	5	37

276	5	4	5	5	5	4	4	4	5	41
277	4	5	4	4	2	4	5	4	5	37
278	5	4	5	4	4	2	4	5	4	37
279	5	4	3	5	4	5	4	4	5	39
280	3	5	4	5	4	4	2	4	4	35
281	5	4	4	5	4	5	4	5	5	41
282	5	4	4	2	4	5	3	4	4	35
283	5	5	4	4	5	5	4	5	4	41
284	5	5	4	5	4	5	5	5	4	42
285	5	4	5	4	5	3	4	5	5	40
286	5	5	3	4	5	4	5	4	4	39
287	4	5	5	4	3	5	5	4	3	38
288	4	5	5	4	4	4	3	4	5	38
289	5	5	3	3	4	4	5	4	5	38
290	4	5	5	4	4	5	4	5	5	41
291	4	5	3	5	4	4	4	4	5	38
292	5	5	4	5	4	3	4	5	5	40
293	4	5	4	5	4	4	5	5	5	41
294	4	5	4	4	5	4	4	4	5	39
295	4	4	4	5	4	4	4	5	4	38
296	5	5	4	4	4	4	5	5	4	40
297	5	5	5	5	5	4	5	5	4	43
298	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38
299	4	4	4	5	5	4	4	5	4	39
300	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38
301	5	5	4	4	5	4	5	5	4	41
302	4	4	4	4	5	4	5	4	4	38
303	5	5	4	4	5	5	4	4	5	41
304	5	4	4	5	5	4	4	4	5	40
305	4	4	4	5	4	3	5	3	5	37
306	4	3	4	4	5	4	4	5	4	37
307	4	5	3	4	5	4	4	4	5	38

308	4	4	5	4	5	5	4	4	4	39
309	2	1	3	4	4	5	5	4	5	33
310	4	4	5	5	4	4	5	5	4	40
311	5	5	4	4	4	4	4	5	5	40
312	4	5	4	3	5	5	4	4	5	39
313	5	4	5	4	4	5	5	5	4	41
314	5	3	4	4	5	4	4	5	5	39
315	4	3	5	4	5	4	5	5	5	40
316	3	4	5	4	5	5	4	4	4	38
317	4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
318	4	3	5	5	5	4	5	4	5	40
319	4	4	5	4	4	4	5	5	4	39
320	4	4	5	4	5	3	4	5	4	38
321	5		4	4	4	4	5	5	4	35
322	4	5	4	4	5	4	5	3	4	38
323	4	5	4	4	4	4	4	4	5	38
324	4	4	5	5	3	4	4	5	5	39
325	4	4	5	4	4	5	5	5	5	41
326	4	5	4	5	4	4	5	5	4	40
327	4	5	4	4	5	4	5	4	4	39
328	4	5	4	4	5	5	5	4	4	40
329	4	5	4	4	5	5	5	4	5	41
330	5	5	4	5	5	4	5	4	5	42
331	4	5	4	5	4	5	4	4	5	40
332	5	4	5	4	5	4	4	4	5	40
333	2	5	3	5	4	5	5	4	5	38
334	5	5	4	5	4	5	5	4	5	42
335	3	5	5	4	5	5	4	3	5	39
336	4	5	4	5	4	5	5	3	4	39
337	3	5	2	2	2	1	3	2	4	24
338	1	4	2	3	4	5	5	3	5	32
339	4	4	2	4	5	3	4	5	5	36

340	3	5	4	4	5	4	4	3	3	35
341	3	5	5	4	1	2	5	5	3	33
342	4	5	2	5	4	4	5	5	4	38
343	5	5	4	4	4	5	2	4	5	38
344	5	1	4	4	5	5	5	4	4	37
345	5	5	3	3	5	5	4	5	5	40
346	5	5	4	5	2	4	5	4	5	39
347	4	5	4	2	5	5	4	5	5	39
348	3	5	5	4	5	4	2	5	4	37
349	4	4	5	3	5	5	5	4	4	39
350	3	5	4	4	5	3	5	5	4	38
351	4	5	4	5	5	5	4	5	3	40
352	4	2	3	5	4	5	5	4	5	37
353	4	5	3	5	4	5	5	4	5	40
354	4	4	5	4	5	5	3	5	4	39
355	4	5	3	4	5	4	5	4	4	38
356	5	4	4	5	4	4	4	5	4	39
357	5	4	4	5	4	4	3	5	4	38
358	3	5	5	5	5	4	4	4	5	40
359	3	4	5	4	4	4	5	5	5	39
360	2	1	3	5	4	5	4	5	4	33
361	4	4	3	5	4	4	4	4	5	37
362	5	4	4	5	4	5	4	4	5	40
363	4	4	4	5	5	5	4	5	4	40
364	5	4	4	5	4	4	3	4	5	38
365	5	4	4	5	4	5	4	5	4	40
366	2	2	3	1	1	3	1	4	1	18
367	4	3	2	1	2	2	1	3	2	20
368	1	2	2	1	2	3	1	3	4	19
369	2	2	3	3	2	2	2	2	4	22
370	3	4	5	4	5	3	3	4	4	35
371	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35

372	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
373	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42
374	5	5	4	5	4	5	4	5	5	42
375	3	3	3	2	3	3	4	3	3	27
376	5	4	4	5	5	4	5	5	5	42
377	3	2	5	4	4	5	3	4	3	33
378	4	5	2	4	4	5	5	4	4	37
379	4	5	3	4	4	5	3	4	4	36
380	4	5	5	3	4	4	2	4	5	36
381	5	5	4	4	5	3	4	5	5	40
382	2	3	3	1	2	2	3	1	2	19
383	3	2	2	1	3	2	2	4	5	24
384	4	5	3	2	2	4	2	1	3	26
385	5	5	3	4	4	2	1	3	4	31
386	4	3	4	5	4	4	4	5	3	36
387	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34
388	4	5	4	4	5	3	4	5	2	36
389	4	4	5	4	5	4	5	5	4	40
390	4	3	3	4	4	5	2	3	4	32
391	3	4	2	5	5	4	3	4	4	34
392	3	3	3	4	3	3	4	4	4	31
393	2	2	1	2	2	1	2	2	2	16
394	2	1	4	3	2	4	2	3	2	23
395	1	3	1	2	2	1	2	1	3	16
396	2	4	4	5	1	4	4	2	5	31
397	5	3	4	3	4	4	5	5	4	37
398	1	2	2	1	1	3	1	3	2	16
399	2	1	1	3	2	3	1	3	2	18
400	2	3	4	5	3	4	5	4	3	33

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

1. Output Uji Validitas Persepsi Manfaat (X1)

		Correlations							
		X1.P1	X1.P2	X1.P3	X1.P4	X1.P5	X1.P6	X1.P7	TOTALX1
X1.P1	Pearson Correlation	1	,539**	,426**	,427**	,315**	,363**	,248**	,713**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400
X1.P2	Pearson Correlation	,539**	1	,444**	,303**	,252**	,231**	,159**	,632**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400
X1.P3	Pearson Correlation	,426**	,444**	1	,325**	,289**	,325**	,302**	,682**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400
X1.P4	Pearson Correlation	,427**	,303**	,325**	1	,248**	,338**	,250**	,633**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400
X1.P5	Pearson Correlation	,315**	,252**	,289**	,248**	1	,354**	,156**	,585**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	,002	<,001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400
X1.P6	Pearson Correlation	,363**	,231**	,325**	,338**	,354**	1	,434**	,691**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400
X1.P7	Pearson Correlation	,248**	,159**	,302**	,250**	,156**	,434**	1	,584**
	Sig. (2-tailed)	<,001	,001	<,001	<,001	,002	<,001		<,001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400
TOTALX1	Pearson Correlation	,713**	,632**	,682**	,633**	,585**	,691**	,584**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400

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

2. Output Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)

		Correlations								
		X2.P1	X2.P2	X2.P3	X2.P4	X2.P5	X2.P6	X2.P7	X2.P8	TOTALX2
X2.P1	Pearson Correlation	1	,601**	,273**	,207**	,239**	,383**	,276**	,283**	,651**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X2.P2	Pearson Correlation	,601**	1	,375**	,297**	,242**	,408**	,328**	,306**	,703**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X2.P3	Pearson Correlation	,273**	,375**	1	,370**	,254**	,243**	,315**	,377**	,629**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X2.P4	Pearson Correlation	,207**	,297**	,370**	1	,319**	,218**	,273**	,328**	,592**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X2.P5	Pearson Correlation	,239**	,242**	,254**	,319**	1	,343**	,282**	,320**	,591**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X2.P6	Pearson Correlation	,383**	,408**	,243**	,218**	,343**	1	,338**	,354**	,646**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X2.P7	Pearson Correlation	,276**	,328**	,315**	,273**	,282**	,338**	1	,336**	,621**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X2.P8	Pearson Correlation	,283**	,306**	,377**	,328**	,320**	,354**	,336**	1	,645**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
TOTALX2	Pearson Correlation	,651**	,703**	,629**	,592**	,591**	,646**	,621**	,645**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400

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

3. Output Uji Validitas Minat Berinfak (Y)

Correlations

		YP1	YP2	YP3	YP4	YP5	YP6	YP7	YP8	YP9	TOTALY
YP1	Pearson Correlation	1	,407**	,272**	,330**	,368**	,379**	,395**	,370**	,384**	,681**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400
YP2	Pearson Correlation	,407**	1	,222**	,216**	,273**	,295**	,274**	,322**	,327**	,580**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399
YP3	Pearson Correlation	,272**	,222**	1	,251**	,236**	,321**	,318**	,412**	,287**	,578**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400
YP4	Pearson Correlation	,330**	,216**	,251**	1	,362**	,229**	,366**	,315**	,373**	,620**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400
YP5	Pearson Correlation	,368**	,273**	,236**	,362**	1	,381**	,276**	,369**	,352**	,644**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400
YP6	Pearson Correlation	,379**	,295**	,321**	,229**	,381**	1	,336**	,322**	,372**	,636**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400
YP7	Pearson Correlation	,395**	,274**	,318**	,386**	,276**	,336**	1	,392**	,325**	,658**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400
YP8	Pearson Correlation	,370**	,322**	,412**	,315**	,369**	,322**	,392**	1	,284**	,653**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400
YP9	Pearson Correlation	,384**	,327**	,287**	,373**	,352**	,372**	,325**	,284**	1	,640**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400
TOTALY	Pearson Correlation	,681**	,580**	,578**	,620**	,644**	,636**	,658**	,653**	,640**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400

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

Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas

1. Persepsi Manfaat (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,762	7

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)

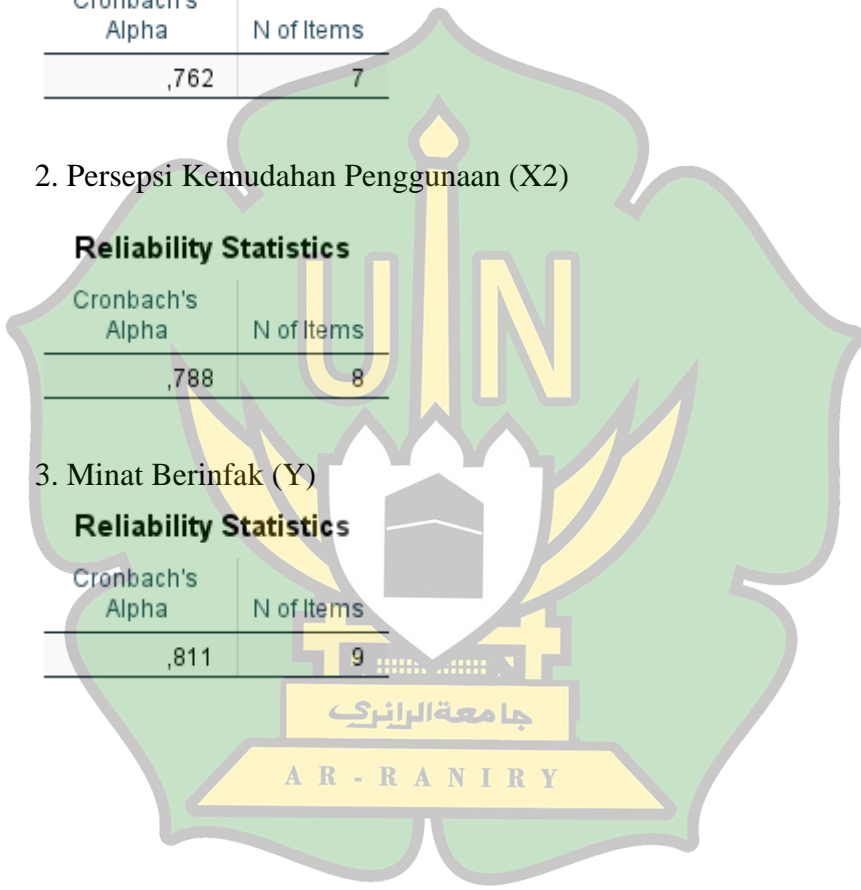
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,788	8

3. Minat Berinfak (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,811	9



Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		400	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	2,74190044	
Most Extreme Differences	Absolute	,044	
	Positive	,030	
	Negative	-,044	
Test Statistic		,044	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,062	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	,060	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,053
		Upper Bound	,066

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

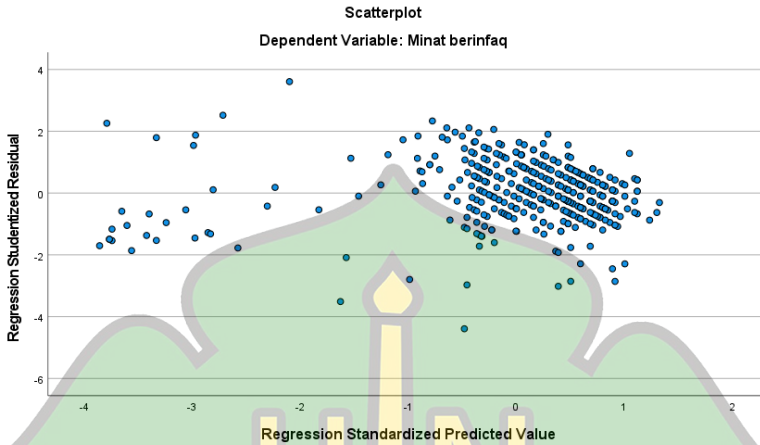
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

2. Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	6,459	,858		7,527	<,001		
	Persepsi manfaat	,442	,047	,373	9,400	<,001	,385	2,598
	persepsi kemudahan penggunaan	,559	,040	,548	13,811	<,001	,385	2,598

a. Dependent Variable: Minat berinqaf

3. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	6,459	,858		7,527	<,001
	Persepsi manfaat	,442	,047	,373	9,400	<,001
	persepsi kemudahan penggunaan	,559	,040	,548	13,811	<,001

a. Dependent Variable: Minat berinfaq

2. Uji f (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9476,061	2	4738,030	627,064	<,001 ^b
	Residual	2999,689	397	7,556		
	Total	12475,750	399			

a. Dependent Variable: Minat berinfaq

b. Predictors: (Constant), persepsi kemudahan penggunaan, Persepsi manfaat

Lampiran 7 Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	,872 ^a	,760	,758	2,749	,760	627,064	2	397	<,001

a. Predictors: (Constant), persepsi kemudahan penggunaan, Persepsi manfaat

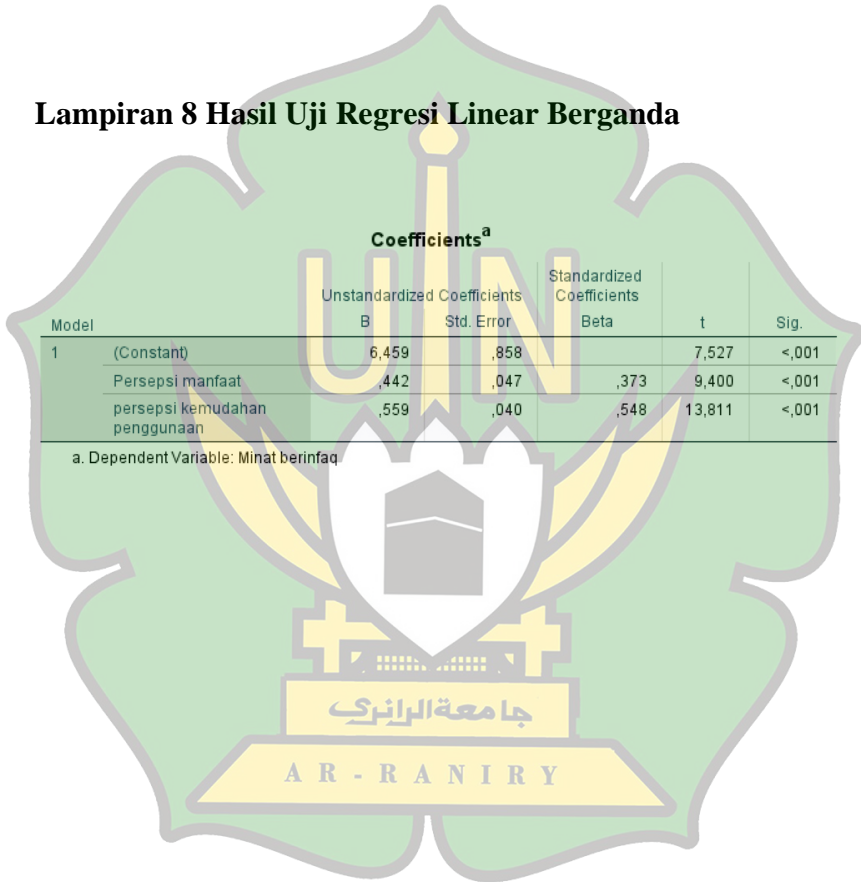
b. Dependent Variable: Minat berinfq

Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,459	,858		7,527	<,001
	Persepsi manfaat	,442	,047	,373	9,400	<,001
	persepsi kemudahan penggunaan	,559	,040	,548	13,811	<,001

a. Dependent Variable: Minat berinfq



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Ika Susi Lestari
Tempat/Tanggal Lahir : Aceh Singkil, 13 Agustus 2004
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan/NIM : Mahasiswa/220603083
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jln. M Kalis, Dusun Bahari, Desa
Pulau Sarok, Kec. Singkil, Kab.
Aceh Singkil
Email : ikasusilestariw@gmail.com

Riwayat Pendidikan

SD/MI : SD Negeri Pulo Sarok
SMP/MTS : MTsN 1 Aceh Singkil
SMA/MA : MAN Aceh Singkil
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Banda Aceh

Data Orang Tua

Nama Ayah : Mardin
Nama Ibu : Rosmawati
Alamat orang tua A R - R : Jln. M Kalis, Dusun Bahari, Desa
Pulau Sarok, Kec. Singkil, Kab.
Aceh Singkil