

SKRIPSI

PENGARUH KEPERCAYAAN, MANFAAT DAN RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN ACTION MOBILE PADA MAHASISWA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH



Disusun Oleh:

**Muhammad Habibul Adzkia
NIM: 200603073**

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Habibul Adzkia
NIM : 200603073
Program Studi : Perbankan Syariah Fakultas :
Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *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.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

Banda Aceh, 30 Januari 2026

Yang Menyatakan



Muhammad Habibul Adzkia

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Kepercayaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Action Mobile Pada Mahasiswa Uin Ar-Raniry Banda Aceh

Disusun Oleh:

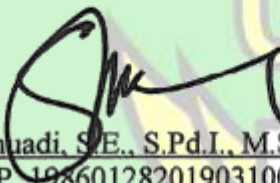
Muhammad Habibul Adzkia

NIM: 200603073

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

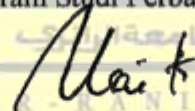
Pembimbing I

Pembimbing II


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


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

Mengetahui,
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,


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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Kepercayaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap
Keputusan Penggunaan Action Mobile Pada Mahasiswa
UIN Ar-Raniry Banda Aceh**

Muhammad Habibul Adzkia

NIM:200603047

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: Kamis, 29 Januari 2026 M
10 Syakban 1447 H

Banda Aceh

Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Sekretaris,

Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si.

NIP. 198601282019031005

Penguji I

Ella Annissa, M.E.

NIP. 199612102025952007

Penguji II

Dr. Evy Iskandar, S.E., MSI., Ak., CPA

NIP. 196902242025211001

Akmal Riza, S.E., M.Si.

NIP. 198402022023211023

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec

NIP. 198006252009011009



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

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhammad Habibul Adzkia
NIM : 200603073
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis
Islam/Perbankan Syariah E-mail : 200603073@student.ar-raniry.ac.id

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

Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi ☐

Yang berjudul: Pengaruh Kepercayaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Action Mobile Pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry 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 : 30 Januari 2026

Mengetahui,

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II

Muhammad Habibul Adzkia
200603047

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

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

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala kebaikanNya laporan Tugas Akhir dalam bentuk skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Action Mobile Pada Mahasiswa UIN Ar -Raniry Banda Aceh”, dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun dengan melewati beberapa tahapan yang melibatkan berbagai pihak sebagai pendukung. Untuk itu saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu saya dalam proses penyusunan laporan ini:

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 selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ana Fitria, S.E., M.Sc, RSA selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah.
3. Hafizh Maulana, S.P., S.H.I., M.E.. Selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ismuadi, S.E., S.Pd.i., M.Si. dan Rika Mulia, M.B. A selaku Pembimbing I dan Pembimbing II dan Penasihat Akademik yang telah menyempatkan waktunya untuk membimbing dan memberikan masukan kepada penulis dalam penulisan tugas akhir ini.

5. Dr. Evy Iskandar, S.E., M.Si., Ak., CPA sebagai penguji I dan Akmal Riza, S.E., M.Si. sebagai penguji II yang telah memberikan saran dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
7. Terimakasih teman-teman selingkungan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi serta terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu. Semoga doa beserta segala bantuan yang diberikan menjadi amalan baik dan mendapat pahala yang setimpal.
8. Teruntuk Orang tua saya (Bapak Yulizar Yunus) & (ibu Karimah) Terimakasih kepada kalian berdua yang telah sabar, telah baik membesarkan seorang anak yang belum bisa membanggakan dan diandalkan, sekarang saya cuman bisa berterimakasih dan meminta maaf yang sebesar-besarnya belum mampu membahagiakan kalian berdua, tetapi didalam tekad dan cita-cita saya adalah membuat ayah dan mamak bahagia. Semoga disaat saya diberi kesuksesan oleh Tuhan yang maha kaya kalian masi berada disamping dan dapat merasakan hasil yang telah saya dapatkan. Aminnnn ya Rabbal Alamin.

9. Terimakasih untuk Mutia Rahmah yang selalu berada disamping aku disaat senang maupun susah. Setiap hari yang ku lewati, selalu ada kamu di dalamnya entah dalam doa, dalam harapan, atau sekadar rindu yang diam-diam aku simpan. Kamu mengajarkan aku arti sabar dan artinya mengerti, Semoga Tuhan selalu mendekatkan kita untuk bersama dan mengabulkan setiap doa yang telah kita minta. Aminnn ya Allah.

Sangat besar harapan penulis agar semua dukungan moril serta materil dapat dibalas kebaikannya oleh Allah Swt dengan keberkahan dan pahala yang berlipat ganda. Penulis sangat berharap terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini agar nantinya dapat berguna dan memberikan banyak manfaat terutama kepada penulis, pembaca dan pihak-pihak lainnya yang membutuhkan serta menjadi hal positif bagi banyak orang.

Pada akhir kata pengantar ini, penulis memiliki keinginan yang besar agar penelitian pada skripsi ini tidak hanya dilakukan sebagai syarat kelulusan agar memperoleh gelar Sarjana Ekonomi semata, namun juga memberikan edukasi dan pemahaman yang tidak didapatkan dari bahan bacaan lainnya dan memberikan dampak positif yang berguna untuk membangun perkembangan ilmu pengetahuan. Aamiin Ya Rabbal ‘Aalamiin.

Penulis

Muhammad Habibul Adzkia

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 xioal xioalxi Indonesia, terdiri dari xioal tunggal atau monoftong dan xioal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

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

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

b. Vokal Rangkap

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

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

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

3. *Maddah*

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

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

Contoh:

قَالَ	:	<i>qāla</i>
رَمَى	:	<i>ramā</i>
قِيلَ	:	<i>qīla</i>
يَقُولُ	:	<i>yaqūlu</i>

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-aṭfāl/ rauḍatulatfāl*

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

طَلْحَة : *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

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

ABSTRAK

Nama : Muhammad Habibul Adzkia
Nim : 200603073
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/
Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kepercayaan, Manfaat, dan
Risiko Terhadap Keputusan
Penggunaan Action Mobile Pada
Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Pembimbing I : Ismuadi, S.E., S.Pd.i., M.Si
Pembimbing II : Rika Mulia, M.B. A

Perkembangan teknologi digital mendorong perbankan menghadirkan layanan mobile banking untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi. Bank Aceh Syariah mengembangkan aplikasi Action Mobile sebagai inovasi layanan digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kepercayaan, manfaat, dan risiko terhadap keputusan penggunaan Action Mobile pada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner kepada mahasiswa pengguna Action Mobile dengan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, manfaat, dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Action Mobile, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kepercayaan, manfaat yang dirasakan, dan pengelolaan risiko yang baik dapat meningkatkan keputusan penggunaan mobile banking. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan layanan digital perbankan syariah, khususnya untuk meningkatkan keputusan nasabah dan efektivitas penggunaan layanan perbankan modern berbasis teknologi digital yang semakin berkembang pesat.

Kata Kunci: Manfaat, kepercayaan, risiko, keputusan penggunaan Action Mobile

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.5 Sistematika Penulisan.....	16
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 18
2.1 Pendekatan Teoritis dalam Penelitian Mobile Banking	18
2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM).....	18
2.1.2 Trust Theory	18
2.1.3 Risk Perception Theory	19

2.2	Bank Syariah	19
2.2.1	Definsi Bank Syariah	19
2.2.2	Produk dan Jasa Bank Syariah.....	21
2.3	Mobile Banking.....	24
2.3.1	Definisi Mobile Banking	24
2.4	Kepercayaan.....	28
2.4.1	Definisi Kepercayaan.....	28
2.4.2	Indikator Kepercayaan	31
2.5	Manfaat.....	31
2.5.1	Definisi Manfaat	31
2.5.2	Indikator Manfaat	33
2.6	Risiko	34
2.6.1	Definisi Risiko	34
2.6.2	Indikator Risiko	36
2.7	Keputusan Penggunaan	38
2.7.1	Definisi Keputusan Penggunaan.....	38
2.7.2	Keputusan Menggunakan Aplikasi.....	39
2.7.3	Indikator Keputusan Penggunaan	39
2.8	Penelitian Terkait	40
2.9	Kerangka Berfikir.....	48
2.10	Pengaruh Antar Variabel	49
2.10.1	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Action Mobile.....	49
2.10.2	Pengaruh Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Action Mobile.....	50
2.10.3	Pengaruh Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Action Mobile.....	51
2.11	Hipotesis.....	52

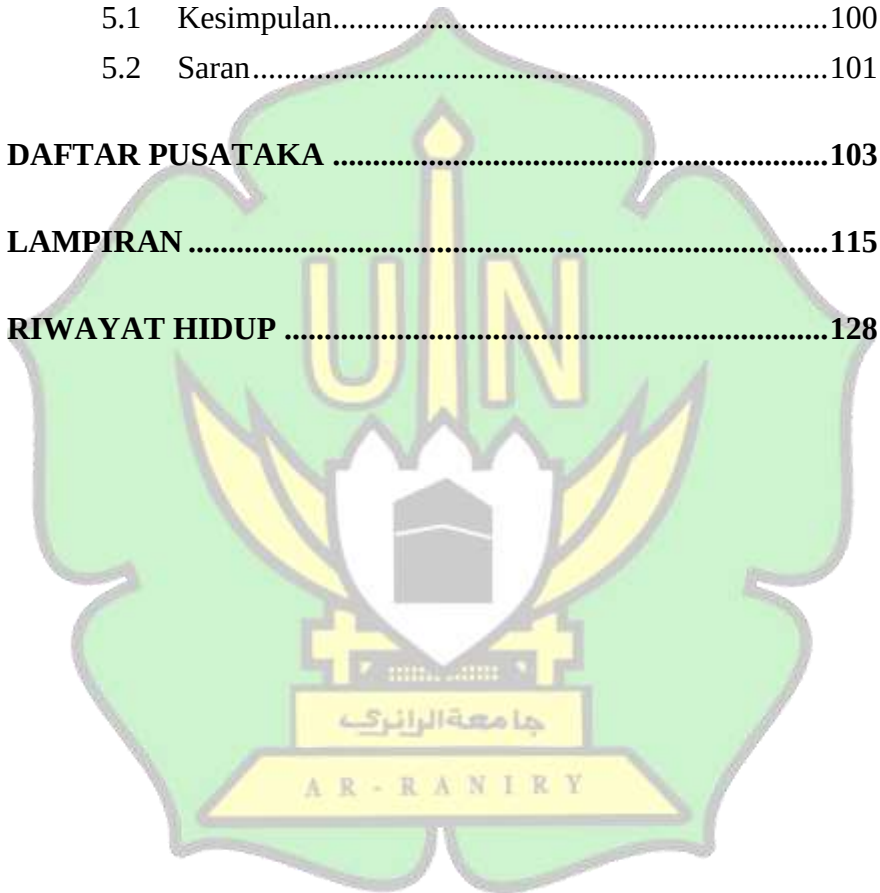
BAB III METODE PENELITIAN.....	53
3.1 Jenis Penelitian.....	53
3.2 Jenis dan Sumber data	53
3.3 Populasi dan Sampel	54
3.3.1 Populasi.....	54
3.3.2 Sampel	54
3.4 Teknik pengambilan sampel.....	55
3.5 Definisi dan Operasional Variabel	57
3.6 Teknik Pengumpulan Data	59
3.7 Uji Instrumen.....	59
3.7.1 Uji Validitas	59
3.7.2 Uji Reliabilitas	60
3.8 Uji Asumsi Klasik	61
3.8.1 Uji Normalitas.....	61
3.8.2 Uji Multikolinierita	62
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	62
3.9 Uji Regresi Linear Berganda.....	63
3.10 Pengujian Hipotesis.....	64
3.10.1 Uji Parsial (Uji T).....	64
3.10.2 Uji Simultan (Uji F).....	65
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Gambaran PT. Bank Aceh Syariah	67
4.1.1 Sejarah PT. Bank Aceh Syariah.....	67
4.1.2 Visi, Misi, dan Motto Bank Aceh Syariah.....	71
4.1.3 Action Mobile Banking	73

4.2	Hasil Penelitian	75
4.2.1	Jenis Kelamin.....	75
4.2.2	Fakultas.....	76
4.2.3	Angkatan.....	77
4.3	Deskripsi Variabel.....	77
4.3.1	Deskripsi Variabel Kepercayaan	78
4.3.2	Deskripsi Variabel Manfaat	79
4.3.3	Deskripsi Variabel Risiko.....	80
4.3.4	Deskripsi Variabel Pengguna.....	81
4.4	Uji Instrumen.....	82
4.4.1	Hasil Uji Validitas	82
4.4.2	Uji Reliabilitas	86
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	86
4.5.1	Hasil Uji Normalitas	86
4.5.2	Hasil Uji Multikolinearitas	87
4.5.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	88
4.6	Uji Regresi Linier Berganda	89
4.7	Uji Hipotesis.....	91
4.7.1	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	91
4.7.2	Hasil Uji Simultan (Uji F)	92
4.7.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	93
4.8	Pembahasan	94
4.8.1	Pengaruh Kepercayaan (X1) Terhadap Keputusan Penggunaan <i>Action Mobile</i>	94
4.8.2	Pengaruh Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan <i>Action Mobile</i>	96
4.8.3	Pengaruh Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan <i>Action Mobile</i>	97

4.8.4 Pengaruh Kepercayaan (X1), Manfaat (X2) dan Risiko (X3) Terhadap Keputusan Penggunaan Action Mobile Pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh

98

BAB V PENUTUP	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSATAKA	103
LAMPIRAN	115
RIWAYAT HIDUP	128



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Action Mobile	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terkait.....	46
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	57
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert	59
Tabel 4. 1 Gambaran Umum Responden berdasarkan Jenis Kelamin	75
Tabel 4. 2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Fakultas ...	76
Tabel 4. 3 Gambaran Umum Responden berdasarkan Angkatan..	77
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Kepercayaan	78
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Manfaat.....	79
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Risiko	80
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Pengguna	81
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel X_1	83
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel	84
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel X_3	84
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Y	85
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	86
Tabel 4. 13 One Sample Kolomogrov Smirnov Test	87
Tabel 4. 14 Uji multikolonieritas.....	88
Tabel 4. 15 Uji Heteroskedastisitas	89
Tabel 4. 16 Uji Regresi Linier Berganda.....	90
Tabel 4. 17 Hasil Uji-t	91
Tabel 4. 18 Uji Simultan (Uji F)	93
Tabel 4. 19 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	94

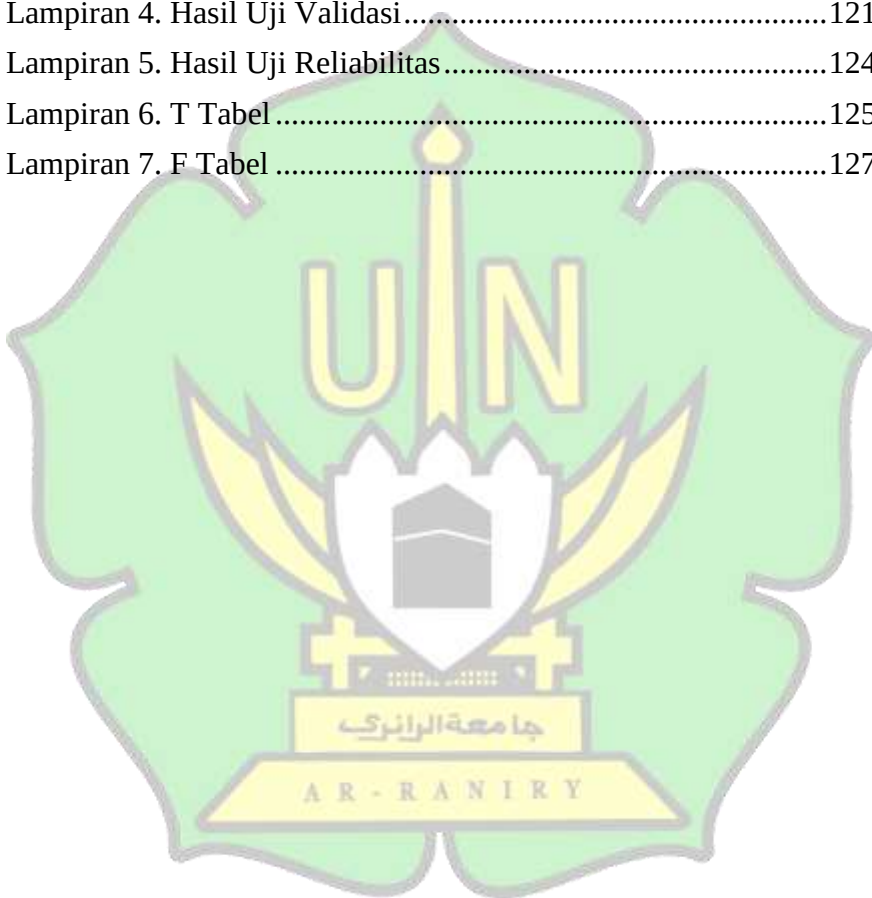
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Skema Kerangka Berpikir	49
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Peneleitian	115
Lampiran 2. Data Tabulasi Kuesioner Penelitian.....	117
Lampiran 3. R Tabel.....	121
Lampiran 4. Hasil Uji Validasi.....	121
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas.....	124
Lampiran 6. T Tabel	125
Lampiran 7. F Tabel	127



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dimasa sekarang menciptakan berbagai jenis dan peluang bisnis baru, diantaranya yaitu transaksi bisnis yang dilakukan secara *online*, perkembangan teknologi ini dapat mempermudah transaksi dibidang perbankan yang bisa diakses menggunakan telepon seluler. Perkembangan teknologi yang diadopsi oleh perbankan diharapkan dapat menambah kesetiaan nasabah agar tujuan tersebut dapat tercapai, maka harus diimbangi dengan peningkatan pelayanan seperti penawaran kecepatan transaksi hingga transaksi yang aman dan nyaman. Selain itu peningkatan pelayanan ini dimaksudkan agar dapat merebut pangsa pasar (Ramayani, Kismawadi, & Hamid, 2020).

Perkembangan produk dan layanan bank untuk memudahkan nasabah dan masyarakat tidak pernah mengecewakan, layanan perbankan terus memberikan pembaharuan dan peningkatan kualitas fitur produk bank dan layanan bank sesuai kebutuhan nasabah dan masyarakat dalam memanfaatkan transaksi dan layanan perbankan. Meningkatnya pelayanan kepada nasabah dalam memberikan layanan yang berkualitas dan tulus kepada nasabah merupakan prioritas utama dari bank. Peran teknologi di dunia perbankan dinilai mutlak karena sebuah sistem pada perbankan perlu didukung oleh perkembangan teknologi dan informasi telekomunikasi dan internet menyebabkan munculnya beberapa aplikasi berbasis teknologi yang

dapat digunakan dalam berbisnis (Nursiah, Ferils, & Kamarudin, 2022).

Dunia perbankan telah menyadari bahwa para nasabah saat ini tidak hanya mempertimbangkan bank mana yang mereka ingin gunakan untuk menabung dan berinvestasi, mereka juga tidak memepertimbangkan bunga atau keuntungan yang mereka dapatkan dalam perbankan tersebut, tetapi nasabah juga membutuhkan kecanggihan atau kelengkapan dari fitur suatu produk perbankan dan saat ini yang di cari nasabah tidak hanya nilai perbankan akan tawarannya, melainkan yang mereka cari, seperti kualitas dan kemudahan-kemudahan yang dapat membantu nasabah lebih mudah dalam melakukan transaksi tersebut.

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

bank dan bahkan harus mengantri untuk menunggu gilirannya (Nuridin, Musyawarah, Nurfitriani, & Jalil, 2020).

Kemunculan aplikasi untuk layanan perbankan menjadi hal yang lumrah bagi masyarakat. Masyarakat perkotaan rata-rata sudah memiliki aplikasi *M-Banking* dari bank yang mereka pilih. Akan tetapi, layanan *M-Banking* ini belum secara maksimal menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Kehadiran *M-Banking* membuat urusan perbankan menjadi lebih mudah dan sederhana. *Smartphone* yang dilengkapi dengan koneksi internet dan terinstal aplikasi layanan perbankan dapat digunakan untuk bertransaksi keuangan. Masyarakat seharusnya dimudahkan dalam hal pelayanan karena tidak harus pergi ke bank, dan mendaftar antrian. Manfaat lain dalam pembayaran tagihan dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun. Tidak terbatas dengan waktu jam operasional bank. Masyarakat yang sibuk dapat membayar tagihannya dengan tepat waktu dan cepat. Misalnya untuk pembayaran tagihan listrik, telepon, air, BPJS, atau tagihan kartu kredit (Prakosa, 2019).

Beberapa bank berusaha untuk meningkatkan teknologi dan sistem informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah seperti pelayanan jasa yang cepat dan akurat. Saat ini harapan-harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank yakni kecepatan dan keakuratannya. Sehingga bank berlomba-lomba untuk selalu berinovasi dalam memberikan produk layanan jasanya. Teknologi Informasi yang menjadi penunjang maju dan

berkembangnya pelayanan jasa perbankan seperti *Elektronik Banking*. *Elektronik Banking* salah satu upaya dari pihak perbankan untuk mempermudah akses bagi para nasabahnya dalam bertransaksi. Beberapa layanan *Elektronik Banking* yang disediakan oleh kebanyakan bank antara lain: ATM (*automatic teller machine*), *mobile banking*, *sms banking*, dan *call banking* (Ramayani, et al., 2020)

Bank mengembangkan layanan-layanannya tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup. Salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank seperti layanan *online banking*. *Online banking* salah satu layanan transaksi perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, tempat usaha atau di lokasi-lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti *komputer*, *telepon seluler* dan *telepon rumah* (Ichsan & Nasution, 2019).

Salah satu layanan *electronic banking* yaitu *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan layanan yang hanya bisa diakses oleh nasabah yang sudah memiliki rekening di bank yang bersangkutan. *Mobile banking* dinilai sangat membantu meningkatkan efisiensi, efektivitas dan produktivitas bagi nasabah yang dinilai memiliki aktivitas yang padat. Tersedia nya layanan *mobile banking* memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi tanpa

harus mendatangi bank yang bersangkutan. Layanan yang terdapat di *mobile banking* meliputi transfer dana antar bank atau pun bank lain, informasi saldo, mutasi, pembayaran tagihan seperti angsuran, asuransi, rekening listrik, air, telepon, dan lain-lain. *Mobile banking* dinilai sangat membantu kemudahan transaksi bagi para nasabah (Hernandez & David, 2022).

M-Banking sebuah layanan dan fasilitas perbankan yang memanfaatkan alat komunikasi bergerak seperti *smartphone* yang terhubung dengan internet dengan kata lain tidak usah repot datang ke bank untuk merasakan layanannya menurut Nurdin et al., (2021). *M-Banking* merupakan aplikasi online, yang dimana aplikasi ini bisa di akses oleh nasabah pada *Playstore*, *Blackberry World*, dan *Appstore* (Iskandar, 2022). Peluncuran ini tentunya menjadi hal yang menarik nasabah untuk melakukan transaksi melalui *M-Banking*. Seperti yang diketahui tingkat kemanfaatan *M-Banking* mempengaruhi minat nasabah (Nurdin et al., 2021). Minat sebuah ketertarikan pada sesuatu yang bersifat stabil dan lebih menilik secara berulang diikuti dengan rasa senang untuk memperoleh rasa puas menggunakan teknologi (Putra & Lasmi, 2024).

Layanan *m-banking* yang sebelumnya dikenal dengan *sms banking* yang hadir terlebih dulu oleh bank, akan tetapi lebih banyak manfaat dan fitur yang dapat dilakukan oleh *M-Banking* karena kemajuan pesat di sistem aplikasi *smartphone*. Jika *sms banking* pengguna harus menggunakan sms untuk melakukan transaksi, dengan *m-banking* cukup dengan aplikasi yang disediakan oleh bank

dan terinstal di *smartphone* untuk dapat melakukan kegiatan transaksi keuangan. Pada intinya, *m-banking* merupakan layanan yang ditawarkan oleh bank untuk melakukan berbagai transaksi yang berkaitan dengan transaksi perbankan melalui penawaran fitur-fitur yang dibutuhkan. Bagi masyarakat perkotaan yang sibuk, dan dengan semakin mudahnya berbelanja online di internet, pergi ke bank atau ke ATM akan menjadi hal yang sedikit merepotkan. Dengan kehadiran *m-banking* di *smartphone* mereka, meskipun kondisi sedang tidak memungkinkan untuk pergi keluar, aktivitas perbankan tetap dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, misalnya, jika dalam kondisi darurat harus segera melakukan transfer uang. Kehadiran *m-banking* dapat membuat hal ini menjadi lebih cepat (Prakosa, 2019).

Tindakan nasabah yang semakin banyak dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* berasal dari sejauh mana *mobile banking* tersebut dapat memberikan nilai manfaat yang efektif serta efisien yang sesuai pada layanan transaksi perbankan. Sharma & Sharma (2019) menjelaskan bahwa faktor pelayanan *mobile banking* yang dirasakan oleh nasabah seperti faktor kualitas yang perlu terus dikembangkan (*service quality*) demi kebutuhan nasabah dan untuk membuat hubungan semakin kuat terhadap minat untuk menggunakan *mobile banking* (Patrik & Lady, 2022).

Tabel 1. 1
Jumlah Pengguna Action Mobile (19 April 2025)

Mobile Banking	PlayStore
Action Mobile	500.000
Byond by BSI	5.000.000
BCA mobile	50.000.000

Sumber: Playstore, diolah (2025)

Meskipun jumlah unduhan tergolong kecil dibandingkan aplikasi mobile banking lain, angka ini belum tentu mencerminkan tingkat penggunaan aktif dan kepercayaan pengguna, khususnya di kalangan mahasiswa. Pada tanggal 10 November 2020 Bank Aceh meluncurkan aplikasi *Mobile Banking* yang diberi nama *Action* (Aceh Transaksi Online). *Action Mobile Banking* merupakan bentuk layanan transaksi teknologi perbankan yang dapat digunakan dengan pemisahan fisik antara karyawan-karyawan bank dengan nasabahnya. Nasabah juga dapat melakukan transaksi secara langsung kapan saja dan juga tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, dapat diakses 24 jam serta realtime dan dapat dilakukan dengan cepat mudah dan instan. Maka dengan adanya aplikasi *Action Mobile Banking*, pihak bank dapat menjawab akan kebutuhan nasabah selama ini. Nasabah dapat memanfaatkan aplikasi digital ini dalam melakukan aktivitas-aktivitas yang dapat memudahkan lalulintas keuangannya, dengan menggunakan fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi *Action Mobile Banking* (Action Bank Aceh, 2020).

Action Mobile Banking Bank Aceh memberikan kemudahan pada fitur, layanan yang akurat, bertransaksi aman, jaminan data, menggunakan metode *servqual* untuk nasabah dalam melakukan

transaksi perbankan. Dengan demikian layanan ini merupakan salah satu faktor yang penting bagi pengguna untuk bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* dengan fleksibilitas waktu dan tempat, karena dapat dilakukan kapan dan dimana saja. Dalam *Mobile Banking* apabila jasa yang di berikan oleh pihak bank dianggap mudah sehingga nasabah akan terdorong untuk menggunakan *Mobile Banking* dalam bertransaksi.

Pertumbuhan teknologi yang semakin maju dalam dunia perbankan Dengan sudah maju nya pertumbuhan teknologi di dunia perbankan, setiap bank sudah meluncurkan *Mobile Banking*. Dalam kaitannya dengan *Mobile Banking*, strategi dalam melakukan transaksi juga sangat diperlukan dalam melakukan transaksi apapun itu, karena dibalik kemudahan dalam melakukan transaksi juga dibutuhkan strategi seperti memperluas jaringan internet di setiap wilayahnya, karena dalam melakukan transaksi apapun itu membutuhkan jaringan internet yang bagus. Ini juga berpengaruh terhadap lingkungan masyarakat pedesaan yang masih terbatas jaringan seluler, sehingga mereka sedikit sulit untuk melakukan transaksi karena kendala jaringan tersebut, jadi bagaimana usaha pemerintah dan pihak bank dalam permasalahan jaringan seluler maupun internet ini bisa menyeluruh sampai kepedesaan terpencil.

Bank harus mampu memuaskan nasabahnya melalui pelayanan nya akan menghadapi masalah yang kompleks, masalah tersebut diantaranya jika nasabah merasa tidak puas dengan pelayanan bank tersebut, maka nasabah akan menyampaikan

ketidakpuasannya kepada orang lain. Bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan nasabah. Oleh karena itu, setiap bank wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem pengendalian kualitas pelayanan sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para nasabahnya (Roza, 2022).

Keputusan penggunaan mobile banking salah satu bukti bahwa teknologi digital di dunia perbankan merupakan sebuah inovasi perbankan yang membutuhkan jaminan akan pemberian manfaat dalam melakukan transaksi jarak jauh bagi nasabah yang menggunakannya. Fenomena ini mengartikan bahwa dengan hadirnya fitur layanan perbankan jarak jauh menggunakan Mobile Banking. Kini bank-bank tidak hanya berlomba-lomba untuk memberikan layanan mobile banking yang terdepan dengan mempertimbangkan kepuasan nasabah dalam penggunaan layanan Mobile Banking (Aziz, Mukhsinin, & Lestari, 2022).

Gaya hidup masa kini berbanding lurus dengan pertumbuhan perkembangan teknologi. Salah satu yang mengikuti perkembangan teknologi informasi ini yakni perbankan. Hal ini diwujudkan dalam pengembangan sistem pelayanan terhadap nasabah dalam bentuk mobile banking. Aplikasi mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Saat ini kebanyakan mobile banking ditunjukkan melalui via SMS atau Mobile Internet

tetapi dapat juga menggunakan aplikasi (Mu'asiroh & Darwanto, 2021).

Kini nasabah menginginkan layanan yang bersifat praktis dan sederhana. Fasilitas penunjang pelayanan produk dan jasa perbankan juga perlu mendapatkan perhatian. Secara tidak langsung nasabah akan berinteraksi dan bertransaksi menggunakan fasilitas penunjang yang diberikan oleh perbankan. Sehingga dibutuhkan suatu sistem yang menjawab keinginan akan memenuhi kebutuhan layanan perbankan dengan efektif dan efisien (Iriani, 2018).

Kepercayaan nasabah menjadi komponen yang fundamental bagi kesuksesan perusahaan perbankan. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi memberikan berbagai pengaruh terhadap perilaku dan kebiasaan masyarakat. Oleh sebab itu, nasabah menginginkan pelayanan bank juga berjalan dengan cepat dan sederhana untuk setiap transaksi yang dilakukan. Misalnya sistem pembayaran secara digital yang menjadi tren di era digitalisasi saat ini (Sri Amanda, Hairunnisa, Ratna, 2023). Pengaruh variabel kepercayaan terhadap keputusan penggunaan mobile banking yang dilakukan oleh Ramayani et al., (2020) menemukan adanya pengaruh yang signifikan pada keputusan penggunaan layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Mandiri.

Proses transaksi keuangan yang dilakukan secara elektronik, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian dan transfer uang melalui perangkat digital tanpa menggunakan uang tunai. Pembayaran digital mencakup semua metode transaksi yang

menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk menyelesaikan pembelian, baik melalui kartu kredit, dompet digital, maupun sistem pembayaran berbasis aplikasi (Rianita & Fasa, 2024).

Manfaat yang dirasakan menjadi faktor kunci dalam keputusan penggunaan layanan m-banking, karena manfaatnya seperti kemudahan akses, efisiensi waktu, dan kenyamanan bertransaksi dapat meningkatkan persepsi pengguna. Hal ini mendorong lebih banyak orang untuk menggunakan dan memanfaatkan layanan m-banking secara berkelanjutan. Dengan demikian, semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin besar kemungkinan pengguna untuk menggunakan m-banking dalam aktivitas perbankan mereka (Antoni & Lukman, 2024). Pengaruh variabel manfaat terhadap penggunaan mobile banking yang dilakukan oleh Lumbantoruan (2023) menemukan adanya pengaruh yang signifikan pada Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Mandiri.

Risiko, terutama yang berhubungan dengan keamanan dan privasi, sering kali menjadi penghambat utama untuk menggunakan mobile banking. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan untuk menangani kekhawatiran pengguna dengan meningkatkan jaminan keamanan, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan niat untuk menggunakan suatu layanan. Meskipun beberapa penelitian menunjukkan bahwa risiko tidak selalu menjadi faktor penghalang, terdapat bukti bahwa kekhawatiran tentang keamanan dapat memengaruhi keputusan untuk menggunakan, terutama bagi pengguna dengan pengalaman negatif atau rendahnya kepercayaan

terhadap sistem keamanan digital (Antoni & Lukman, 2024). Pengaruh variabel risiko terhadap penggunaan mobile banking pada penelitian yang dilakukan oleh Finannafi'ah & Witono (2022) menemukan adanya pengaruh yang signifikan pada minat menggunakan layanan mobile banking.

Dalam ekosistem layanan digital seperti Action Mobile, kepercayaan bukan sekadar keyakinan emosional, melainkan sebuah jaminan psikologis bahwa sistem mampu memenuhi segala kewajiban transaksi secara aman, akurat, dan dapat diandalkan tanpa adanya risiko penyalahgunaan data pribadi. Tanpa adanya rasa percaya yang kuat, nasabah tidak akan memiliki keberanian untuk menaruh aset finansialnya maupun melakukan transaksi melalui platform elektronik yang minim interaksi fisik. Oleh karena itu, jaminan keamanan data yang ketat dan kerahasiaan transaksi menjadi pilar utama yang membentuk rasa aman, yang secara tegas memengaruhi keputusan nasabah untuk mengadopsi dan terus memanfaatkan layanan mobile banking secara berkelanjutan (Aniq & Rahayu, 2024).

Pada kajian yang dilakukan oleh (Ramayani et al., 2020) menjelaskan bahwa kepercayaan, keamanan, manfaat, dan kemudahan memiliki peran penting dalam mendorong penggunaan mobile banking. Namun, hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan ketidakkonsistenan, khususnya terkait tingkat pengaruh masing-masing variabel dalam konteks dan karakteristik nasabah yang berbeda. Beberapa studi menemukan bahwa

kepercayaan dan keamanan tidak selalu berpengaruh secara langsung, melainkan melalui variabel lain, sementara penelitian lain menegaskan pengaruh langsung dan signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking. Oleh karena itu, terdapat celah penelitian untuk menguji kembali secara simultan pengaruh kepercayaan, keamanan, manfaat, dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan mobile banking dalam konteks empiris tertentu guna memperkuat dan memperkaya temuan penelitian sebelumnya. Selain itu, belum banyak penelitian yang mengkaji mengenai Action Mobile bank Aceh Syariah secara khusus.

Berdasarkan penjelesan di atas, peneliti ingin mengetahui sejauh mana kepercayaan, manfaat dan risiko terhadap keputusan penggunaan action mobile berpengaruh terhadap Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Meskipun secara teoritis kepercayaan manfaat, dan risiko, merupakan faktor krusial dalam memengaruhi keputusan pengguna, besarnya pengaruh variabel-variabel tersebut sering kali bervariasi tergantung pada konteks industri dan karakteristik subjek yang diteliti. Maka dari itu, diperlukan sebuah pengujian secara empiris dalam penelitian ini untuk memvalidasi sejauh mana ketiga elemen tersebut saling berinteraksi dan menentukan perilaku konsumen di lapangan secara nyata.

Mahasiswa sangat penting karena mereka generasi yang paling aktif menggunakan teknologi, sehingga suara mereka menentukan masa depan layanan digital. Sebagai bank daerah, Bank Aceh berperan besar dalam mendukung ekonomi masyarakat, dan

keberhasilan aplikasi Action Mobile bergantung pada kepuasan penggunaannya. Saat ini momen yang tepat karena semua aktivitas mulai beralih ke digital, sehingga Bank Aceh harus segera beradaptasi agar tetap menjadi pilihan utama bagi generasi muda.

Oleh karena itu berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai **“Pengaruh Kepercayaan, Manfaat dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Action Mobile Pada Mahasiswa di UIN Ar-Raniry Banda Aceh”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan *Action Mobile* Pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh?
2. Apakah Manfaat Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan *Action Mobile* Pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh?
3. Apakah Risiko Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan *Action Mobile* Pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh?
4. Apakah Kepercayaan, Manfaat, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan *Action Mobile* Pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *Action Mobile* pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh
2. Untuk Mengetahui Manfaat Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan *Action Mobile* Pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh
3. Untuk Mengetahui Risiko Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan *Action Mobile* Pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Untuk Mengetahui Kepercayaan, Manfaat, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan *Action Mobile* Pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

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

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu acuan bagi perbankan dalam merencanakan strategi dimasa yang akan

datang untuk mempertahankan keunggulan dari layanan *mobile banking* serta dapat mengembangkan inovasi baru dengan memperhatikan pengaruh pengguna aplikasi *action mobile*.

3. Manfaat Kebijakan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memperluas dan memperdalam wawasan dibidang perbankan terkait pengaruh kepercayaan, manfaat dan risiko terhadap keputusan pengguna *Action Mobile* pada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini dibagi menjadi lima bab dengan sistematika penulisan yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada BAB ini yang menjelaskan Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah yang diangkat, Tujuan dan Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

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

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan informasi mengenai cara untuk melakukan penelitian. Seperti jenis penelitian, variabel penelitian, pendekatan penelitian, tujuan penelitian, jenis data, populasi dan pengambilan sampel, Teknik pengumpulan data, metode analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

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

BAB V PENUTUP

Bagian ini merupakan bagian dari akhir dalam penulisan skripsi yang menjelaskan secara singkat hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti secara sederhana serta memberikan saran mengenai penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pendekatan Teoritis dalam Penelitian Mobile Banking

2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) menjelaskan bahwa penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi sangat dipengaruhi oleh persepsi manfaat (*perceived usefulness*). Dalam konteks mobile banking, *perceived usefulness* diartikan sebagai sejauh mana pengguna meyakini bahwa penggunaan mobile banking dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi aktivitas perbankan mereka (Sefiana & Hana, 2025).

Manfaat yang dirasakan meliputi kemudahan akses transaksi, penghematan waktu, fleksibilitas penggunaan kapan saja dan di mana saja, serta peningkatan produktivitas dalam pengelolaan keuangan. Studi terkini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berperan signifikan dalam mendorong penggunaan mobile banking, khususnya di kalangan generasi muda dan mahasiswa yang memiliki tingkat literasi digital tinggi. Semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin tinggi kecenderungan individu untuk menggunakan dan terus memanfaatkan layanan mobile banking (Ramayani et al., 2020).

2.1.2 Trust Theory

Trust Theory menekankan bahwa kepercayaan merupakan faktor fundamental dalam hubungan antara pengguna dan penyedia layanan, khususnya pada sistem berbasis teknologi digital yang

minim interaksi langsung. Kepercayaan mencakup keyakinan terhadap keamanan sistem, perlindungan data pribadi, keandalan transaksi, serta integritas penyedia layanan. Dalam layanan mobile banking, kepercayaan menjadi penentu utama karena nasabah melakukan transaksi keuangan tanpa bertatap muka dengan pihak bank. Apabila pengguna meyakini bahwa aplikasi mobile banking aman, stabil, dan dapat dipercaya, maka keputusan untuk menggunakan layanan tersebut akan semakin kuat (Ramayani, et al., 2020).

2.1.3 Risk Perception Theory

Risk Perception Theory menjelaskan bahwa risiko merupakan penilaian subjektif individu terhadap potensi kerugian yang mungkin timbul akibat penggunaan suatu produk atau layanan. Dalam konteks mobile banking, risiko dapat berupa risiko keamanan data, kesalahan transaksi, penipuan digital, maupun penyalahgunaan informasi pribadi. risiko yang tinggi cenderung menurunkan minat dan keputusan pengguna dalam memanfaatkan layanan mobile banking. Sebaliknya, apabila risiko dianggap rendah dan dapat dikendalikan oleh sistem perbankan, maka keinginan untuk menggunakan layanan tersebut akan meningkat (Atieq & Nurpiani, 2022).

2.2 Bank Syariah

2.2.1 Definsi Bank Syariah

Bank syariah secara umum dapat diartikan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan layanan penyimpanan,

pembiayaan dan jasa lalu lintas pembayaran. Bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, mengacu kepada ketentuan yang ada dalam Al-Quran dan Hadits. Dengan demikian perbankan syariah harus dapat menghindari kegiatan-kegiatan yang mengandung unsur riba dan segala hal yang bertentangan dengan syariah Islam. Adapun perbedaan pokok antara bank syariah dengan bank konvensional terdiri dari beberapa hal. Perbedaan utama adalah bank syariah tidak melaksanakan sistem bunga dalam seluruh aktivitasnya, sedangkan bank konvensional menggunakan sistem bunga. Hal ini memiliki implikasi yang sangat dalam dan berpengaruh pada aspek operasional dan produk yang dikembangkan oleh bank syariah (Kurnialis et al., 2022).

Dalam keuangan Islam, bunga uang secara fiqh dikategorikan sebagai riba yang berarti haram. Di sejumlah negara Islam dan berpenduduk mayoritas muslim mulai timbul usaha-usaha untuk mendirikan lembaga bank alternatif *non-ribawi*. Melihat gagasannya yang ingin membebaskan diri dari mekanisme bunga, pembentukan bank Islam mula-mula banyak menimbulkan keraguan. Hal tersebut muncul karena anggapan bahwa sistem perbankan bebas bunga adalah sesuatu yang mustahil dan tidak lazim, sehingga timbul pula pertanyaan tentang bagaimana nantinya bank Islam tersebut akan membiayai operasinya (Agustin, 2021).

Bank syariah dilihat dari sisi perkembangannya saat ini tidak ketinggalan dengan kemajuan seperti halnya bank konvensional.

Bahkan tidak sedikit bank-bank syariah yang merupakan konversi dari bank-bank konvensional maupun yang mencoba sebuah alternatif lain untuk menggaet nasabah sebanyakbanyaknya. Ada sejumlah alasan mengapa perbankan konvensional yang ada sekarang ini mulai melirik sistem syariah, diantaranya adalah pasar potensial karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam dan dengan semakin tumbuhnya kesadaran mereka untuk berperilaku secara Islami termasuk di dalamnya yaitu aspek muamalah atas bisnis (Akbar, 2023).

2.2.2 Produk dan Jasa Bank Syariah

1. Produk Bank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, seperti keadilan, transparansi, dan bebas dari unsur riba, gharar, serta maisir. Secara umum, bank syariah memiliki tiga fungsi utama, yaitu menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat, serta menyediakan jasa-jasa perbankan. Dalam perkembangannya, pelaksanaan fungsi-fungsi tersebut tidak lagi terbatas pada layanan konvensional di kantor bank, tetapi telah terintegrasi dengan teknologi digital melalui aplikasi mobile banking. Salah satu bentuk implementasi layanan digital tersebut adalah aplikasi Action Mobile, yang digunakan sebagai sarana untuk mempermudah nasabah dalam mengakses produk dan jasa bank syariah secara elektronik (Hasibuan & Nofinawati, 2021)

a. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

Produk penghimpunan dana merupakan produk bank syariah yang bertujuan untuk mengumpulkan dana dari masyarakat, seperti tabungan syariah, giro syariah, dan deposito syariah. Produk-produk tersebut dijalankan berdasarkan prinsip dan akad syariah, seperti akad wadiah dan mudharabah. Dalam konteks digitalisasi perbankan, layanan penghimpunan dana tidak hanya dilakukan melalui kantor bank, tetapi juga melalui aplikasi mobile banking. Melalui aplikasi Action Mobile, nasabah dapat mengakses rekening tabungan atau giro, mengecek saldo, melihat mutasi transaksi, serta melakukan transfer dana secara praktis. Kemudahan akses terhadap produk penghimpunan dana melalui Action Mobile menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan dan intensitas penggunaan layanan mobile banking oleh mahasiswa (Hasibuan & Nofinawati, 2021).

b. Produk Penyaluran Dana (*Financing*)

Selain menghimpun dana, bank syariah juga memiliki fungsi menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah. Dalam penelitian ini, pembahasan mengenai produk pembiayaan tidak dijelaskan secara rinci pada setiap akad, karena fokus utama penelitian adalah pada penggunaan aplikasi mobile banking. Namun demikian, keberadaan aplikasi Action Mobile tetap memiliki peran penting dalam mendukung

fungsi penyaluran dana, khususnya sebagai sarana informasi dan monitoring bagi nasabah. Melalui aplikasi tersebut, nasabah dapat mengakses informasi terkait pembiayaan, seperti status pembiayaan, jadwal pembayaran, serta riwayat transaksi secara digital, sehingga meningkatkan kemudahan dan transparansi layanan perbankan Syariah (Fatriani, 2018).

c. Produk Jasa Bank Syariah

Selain produk penghimpunan dan penyaluran dana, bank syariah juga menyediakan berbagai jasa perbankan untuk mendukung aktivitas transaksi nasabah. Jasa-jasa bank syariah berfungsi sebagai layanan pendukung yang mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi keuangan. Seiring dengan perkembangan teknologi, layanan jasa bank syariah tersebut kini banyak diintegrasikan ke dalam aplikasi mobile banking. Melalui aplikasi Action Mobile, nasabah dapat memanfaatkan berbagai jasa perbankan seperti transfer antarbank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa atau paket data, serta layanan transaksi lainnya secara cepat dan efisien. Integrasi jasa perbankan ke dalam Action Mobile menunjukkan peran penting teknologi digital dalam meningkatkan kualitas layanan bank Syariah (Rivai, 2020).

2.3 Mobile Banking

2.3.1 Definisi Mobile Banking

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2018) *Mobile Banking* atau biasa disingkat dengan *M-banking*, merupakan transaksi perbankan melalui media *handphone* baik dalam bentuk aplikasi *M-banking* atau operator seluler yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Menurut Annisaa, Riayu dan Susanto (2020) *MBanking* adalah fasilitas dari penyedia jasa dan bank dengan tujuan mempermudah masyarakat melakukan transaksi keuangan maupun non-keuangan dengan menggunakan perangkat telepon yang dapat diakses jika memiliki internet. *M-banking* adalah fasilitas yang diberikan oleh penyedia jasa layanan kepada nasabah dengan tujuan mempermudah nasabah dalam bertransaksi dengan memanfaatkan fitur-fitur yang telah tersedia di aplikasi yang telah di undah dan didaftarkan (Sihotang & Hudi, 2023).

Mobile banking adalah layanan dalam industri perbankan yang dapat diakses secara langsung melalui telepon seluler/jaringan seluler GSM atau DCMA dengan menggunakan layanan data yang disediakan oleh operator telepon seluler (Sukmawati, 2020). Dengan adanya *mobile banking*, aktivitas perbankan pada awalnya bersifat manual, karena nasabah harus pergi ke bank saat melakukan transaksi, kini dengan *mobile banking* nasabah dapat melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja. Sebagai aplikasi sistem, *mobile banking* dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi kerja pengguna. Oleh karena itu, pengguna *mobile banking* adalah situasi

nyata nasabah bank yang menggunakan sistem atau layanan mobile banking (Nofitasari, 2017). Pengguna jasa dikonsepsikan dalam bentuk pengukuran frekuensi dan durasi pengguna teknologi (Amalia & Hastriana, 2022).

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam industri perbankan, termasuk perbankan syariah. Salah satu bentuk inovasi digital yang berkembang pesat adalah layanan mobile banking, yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan melalui perangkat seluler. Mobile banking tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi, tetapi juga menjadi bagian dari transformasi layanan perbankan yang menekankan pada kecepatan, kemudahan, dan efisiensi. Dalam konteks perbankan syariah, mobile banking berperan sebagai media untuk memperluas akses layanan keuangan syariah sekaligus menjawab tuntutan masyarakat terhadap layanan perbankan yang modern dan berbasis teknologi digital (Hidayat & Nugroho, 2020).

Fenomena penggunaan mobile banking semakin kuat seiring dengan meningkatnya peran generasi muda sebagai pengguna layanan keuangan digital, khususnya mahasiswa. Mahasiswa merupakan kelompok yang memiliki tingkat literasi teknologi yang relatif tinggi serta terbiasa menggunakan perangkat digital dalam aktivitas sehari-hari. Kondisi tersebut menjadikan mahasiswa sebagai kelompok potensial dalam penggunaan mobile banking, termasuk mobile banking syariah. Sebagai pengguna aktif, mahasiswa memanfaatkan layanan mobile banking untuk berbagai

kebutuhan, seperti transfer dana, pembayaran, dan pengelolaan keuangan pribadi. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pengguna layanan, tetapi juga menjadi subjek penting dalam mengkaji perilaku penggunaan mobile banking di lingkungan perbankan syariah (Pratama & Widodo, 2021).

Penggunaan mobile banking dalam perbankan syariah tidak hanya dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, tetapi juga oleh tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan tersebut. Kepercayaan menjadi faktor penting karena transaksi dilakukan secara digital tanpa adanya interaksi langsung antara nasabah dan pihak bank. Dalam perbankan syariah, kepercayaan pengguna tidak hanya berkaitan dengan keamanan sistem dan perlindungan data pribadi, tetapi juga menyangkut keyakinan bahwa layanan mobile banking telah dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Apabila pengguna memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap layanan tersebut, maka kecenderungan untuk menggunakan mobile banking juga akan semakin meningkat (Fauzi & Suryani, 2022).

Selain kepercayaan, persepsi manfaat juga menjadi faktor yang memengaruhi penggunaan mobile banking. Manfaat yang dirasakan pengguna meliputi kemudahan dalam melakukan transaksi, efisiensi waktu, serta fleksibilitas penggunaan layanan kapan saja dan di mana saja. Bagi mahasiswa, keberadaan mobile banking memberikan kemudahan dalam mendukung aktivitas akademik maupun kebutuhan sehari-hari yang berkaitan dengan transaksi keuangan. Semakin besar manfaat yang dirasakan oleh

pengguna, maka semakin tinggi pula minat dan keputusan untuk menggunakan mobile banking sebagai sarana utama dalam bertransaksi (Sari & Ramadhan, 2020).

Di sisi lain, penggunaan mobile banking juga dihadapkan pada berbagai risiko yang dapat memengaruhi keputusan pengguna. Risiko tersebut antara lain risiko keamanan data, risiko kesalahan transaksi, serta risiko penyalahgunaan informasi pribadi. Persepsi risiko yang tinggi dapat menurunkan minat pengguna untuk memanfaatkan layanan mobile banking, meskipun layanan tersebut menawarkan berbagai kemudahan dan manfaat. Oleh karena itu, terdapat hubungan yang saling berkaitan antara teknologi, kepercayaan, manfaat, dan risiko dalam membentuk perilaku penggunaan mobile banking. Pemahaman terhadap hubungan ini menjadi penting bagi perbankan syariah dalam meningkatkan kualitas layanan digital yang aman dan dapat dipercaya oleh pengguna (Rahmah et al., 2022).

Mobile banking adalah fasilitas layanan dalam pemberian kemudahan akses maupun kecepatan dalam memperoleh informasi terkini dan transaksi financial secara real time. Mobile banking dapat diakses oleh nasabah perorangan melalui ponsel yang memiliki teknologi GPRS. Produk layanan mobile banking adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi GPRS dengan dengan sarana telfon seluler (ponsel). Perkembangan teknologi informasi yang sedemikian pesat

mendukung dalam kecepatan dan kemudahan layanan transaksi perbankan terhadap nasabah. (Iriani, 2018).

Ichsan dan Nasution (2019) menyatakan bahwa mobile banking merupakan bagian dari layanan online banking yang berfungsi sebagai saluran distribusi modern bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Layanan ini memungkinkan bank untuk menyesuaikan diri dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi digital dalam berbagai aktivitas, termasuk transaksi keuangan.

2.4 Kepercayaan

2.4.1 Definisi Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayakan akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan. Dalam hal penggunaan *mobile banking*, kebanyakan pengguna tidak memahami betul risiko keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*, mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan, padahal pengguna tidak mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking* (Ningrum, 2020)

Kepercayaan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan penyedia jasa, karena perusahaan menjanjikan produk yang tidak perlu dilihat. Kepercayaan menjadi suatu yang penting

ketika seseorang melakukan transaksi menggunakan sistem teknologi *e-banking*. Kepercayaan ini didukung oleh pihak perbankan yang mampu menyediakan sistem yang baik. Sehingga kepercayaan dalam menggunakan fasilitas yang telah disediakan dapat memberikan minat dan loyalitas bagi pemakainnya, (Jasfar, 2009, p. 165). Jadi, kepercayaan ialah kepercayaan suatu pihak pada pihak lainnya untuk melakukan hubungan antar kedua pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang akan dipercayainya akan mampu memenuhi segala kewajiban yang sesuai dengan harapannya. (Ramayani et al., 2020)

Kepercayaan dalam *M-Banking* mengacu pada keyakinan nasabah bahwa layanan tersebut dapat memenuhi kebutuhannya dengan aman dan nyaman. Nasabah yang menggunakan layanan *M-Banking* harus merasa yakin bahwa data dan transaksi yang mereka lakukan tidak akan tersebar dan dimiliki oleh pihak yang tidak bersangkutan. Kepercayaan merupakan faktor kritis dalam pengambilan keputusan oleh nasabah untuk menggunakan layanan *M-Banking* hal ini terkait dengan beberapa elemen, termasuk keamanan dan kenyamanan, penerapan sistem keamanan yang ketat, serta kualitas layanan yang diberikan dan juga kepuasan nasabah. (Wangsanegara, Susilawati, & Kristyanto, 2024)

Kepercayaan menurut Kotler dan Keller (2020 : 219) “kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis, kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor antarpribadi dan antarorganisasi, seperti kompetensi, integritas,

kejujuran dan kebaikan hati perusahaan”. Sementara menurut Mowen dan Minor dalam Sangadji (2013: 201) “mendefenisikan kepercayaan konsumen sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya”. Dari kedua definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen adalah kekuatan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen bahwa produk mempunyai objek, atribut dan manfaat (Simangunsong & Morina, 2021).

Dalam layanan mobile banking, kepercayaan nasabah tercermin dari keyakinan bahwa sistem mampu memenuhi kebutuhan transaksi secara aman dan nyaman. Jaminan keamanan data pribadi dan kerahasiaan transaksi menjadi penyebab utama terbentuknya rasa aman bagi nasabah. Ketika nasabah merasa bahwa risiko penyalahgunaan data dapat diminimalkan melalui penerapan sistem keamanan yang ketat serta didukung oleh kualitas layanan yang baik, maka kepercayaan akan meningkat. Peningkatan kepercayaan ini pada akhirnya berpengaruh langsung terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan dan terus memanfaatkan layanan mobile banking (Utami & Wida, 2023).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, kepercayaan memiliki hubungan yang signifikan terhadap penggunaan layanan mobile banking karena menjadi faktor utama yang mendorong nasabah bersedia melakukan transaksi melalui sistem teknologi yang tidak dapat dilihat secara langsung. Nasabah cenderung mempercayakan

penggunaan mobile banking kepada pihak bank dengan asumsi bahwa keamanan dan kerahasiaan telah diperhatikan dengan baik, meskipun mereka tidak sepenuhnya memahami risiko yang ada (Ningrum, 2020).

2.4.2 Indikator Kepercayaan

Menurut Ningrum (2020) Terdapat beberapa indikator kepercayaan yaitu sebagai berikut:

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

2.5 Manfaat

2.5.1 Definisi Manfaat

Manfaat merupakan suatu ukuran sejauh mana seseorang akan percaya bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya dan mendatangkan manfaat bagi dirinya. Harapan seseorang dalam menggunakan teknologi agar dapat bermanfaat baginya dan juga dapat membantunya dalam menyelesaikan pekerjaannya dengan mudah dan seperti yang dia

harapkan. Jadi, semakin besar manfaat yang diterima, seseorang akan menggunakan teknologi tersebut (Afifah, 2017).

Mobile Banking memberikan tingkat kecanggihan yang lebih tinggi dibandingkan dengan *SMS banking* sehingga dalam melakukan proses nasabah lebih mudah. Dalam booklet OJK terdapat beberapa fitur layanan *mobile banking* yang telah disediakan bank diantaranya layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat), layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet), pembelian (pulsa dan tiket), dan berbagai fitur lainnya. (Atieq & Nurpiani, 2022).

Manfaat yaitu tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi. Rahmatsyah (2011) mengartikan persepsi kemanfaatan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya. Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan dengan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi baru tersebut (Romadloniyah & Prayitno, 2018).

Persepsi manfaat *mobile banking* juga dapat memengaruhi sikap penggunaan layanan *mobile banking*, Manfaat merupakan

tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi tertentu dan nasabah diharapkan akan lebih sering menggunakan layanan *mobile banking* sebagai transaksi perbankan non tunai yang lebih fleksibel (Dirwan & Latief, 2020). Selain itu, fasilitas *mobile banking* juga dimanfaatkan untuk mendongkrak citra bank di mata nasabah atau calon nasabah, selain menunjukkan sebagai bank yang saat ini juga sebagai salah satu indikator bahwa bank mempunyai kekhawatiran pada nasabah agar lebih mudah bertransaksi. Hasil penelitian Yogananda & Dirgantara, (2017) menemukan bahwa persepsi manfaat memengaruhi keputusan menggunakan *mobile banking*. Tingkat kemanfaatan teknologi informasi mempengaruhi sikap pengguna dalam menggunakan teknologi informasi tersebut (Meriza, Noor, & Habibburahman, 2019).

2.5.2 Indikator Manfaat

Menurut Ningrum, R. (2020) ada beberapa indikator kemanfaatan keputusan penggunaan teknologi informasi yang meliputi yaitu sebagai berikut:

- a) *Makes Job Easier* (menjadi lebih mudah), transaksi perbankan menjadi lebih mudah.
- b) *Increase Productivity* (menambah produktifitas), dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja pengguna
- c) *Enchance effectiveness* (mempertinggi efektifitas), dapat mempercepat waktu pengguna dalam penelusuran.

- d) Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya.

Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan bahwa manfaat dari keputusan penggunaan *mobile banking* dapat meningkatkan kinerja dan kinerja orang yang menggunakannya. Kemanfaatan dalam *mobile banking* merupakan manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh para nasabah dalam melaksanakan tugas pekerjaannya, karenanya, tingkat kemanfaatan *mobile banking* mempengaruhi sikap para nasabah terhadap sistem tersebut (Ningrum, 2020).

2.6 Risiko

2.6.1 Definisi Risiko

Menurut Mentayani & Rusmanto (2019) risiko yaitu perkiraan nasabah dalam menderita kerugian yaitu terdiri dari besarnya risiko, keamanan transaksi, kebutuhan transaksi dan jaminan keamanan dari bank. Rahmah, et al (2022) menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif antara persepsi risiko terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* diterima. Selanjutnya penelitian Cahyaningtyas & Witono, (2022) menjelaskan bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap minat nasabah.

Bagastia (2021) menyatakan bahwa risiko adalah bentuk ketidakpastian yang memiliki potensi untuk menimbulkan kerugian dalam pengambilan keputusan. Ketidakpastian ini adalah kondisi yang tidak dapat diprediksi sebelumnya. Dia mendefinisikan risiko sebagai potensi terjadinya hasil yang tidak diinginkan, sehingga

risiko hanya terkait dengan situasi yang memungkinkan munculnya hasil negatif dan berhubungan dengan kemampuan untuk memperkirakan kemungkinan terjadinya hasil negatif (Mukhtisar, Ridla Tarigan, & Evriyenni, 2021), sedangkan Menurut Naqib dalam (Nandavita, 2022) risiko adalah sudut pandang negatif dari perspektif konsumen atau dari sejumlah aktivitas, yang berdasarkan pada kemungkinan hasil yang tidak diinginkan dan dapat membuat hasil tersebut menjadi kenyataan. Risiko memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan. Semakin kecil risiko yang dihadapi oleh individu, maka tingkat kepercayaannya cenderung lebih tinggi, sebaliknya, semakin besar risiko yang dihadapi oleh individu, maka tingkat kepercayaannya cenderung lebih rendah. Risiko bisa dikelola dengan berbagai cara seperti penghindaran, ditahan, difersivikasikan atau ditransfer ke pihak lainnya (Nilasari & Ismunawan, 2021).

Risiko merupakan konsekuensi yang tidak diinginkan dan yang ingin dihindari oleh seorang pengguna saat membeli dan menggunakan suatu produk atau jasa. Bagi seorang pengguna mereka memerlukan pengetahuan berdasarkan pengalaman saat pengalaman mereka tinggi maka kepercayaan akan meningkat. Saat risiko turun, maka tingkat kepercayaan juga akan meningkat. Bagi penyedia sekaligus pengelola layanan *mobile banking*, dalam hal tingkat risiko dan tingkat kepercayaan nasabahnya adalah hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Hubungan antara persepsi teknologi dan persepsi risiko dapat dijelaskan bahwa antara

teknologi dan risiko faktor utamanya adalah isu-isu keamanan. Maraknya kasus penipuan membuat nasabah bank resah, sehingga untuk mempercayakan transaksi perbankan mereka melalui *mobile banking* adalah hal yang tidak mudah. Mereka harus memiliki keyakinan penuh akan teknologi *mobile banking* agar persepsi risiko mereka menurun. Sehingga para nasabah sebagai pengguna layanan akan tetap setia menggunakan layanan *mobile banking* (Prakosa 2019).

Dalam semua industri terdapat resiko yang dapat menghambat perkembangan dan pertumbuhan industri tersebut termasuk *FinTech*. Meski produk *mobile banking* dan/atau *internet banking* menawarkan berbagai manfaat yang tidak dimiliki layanan tradisional, tidak semua orang benar-benar memilih layanan online (Tanuwijaya & Arifin, 2023).

2.6.2 Indikator Risiko

Menurut Prakosa, A. (2019). terdapat beberapa indikator yang dipergunakan pada mengukur sebuah persepsi risiko, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Berupa adanya risiko tertentu
Adanya risiko tertentu merupakan risiko yang jelas didapat oleh pengguna Mobile Banking.
2. Mengalami kerugian
Mengalami kerugian merupakan suatu kejadian saat telah menggunakan Mobile Banking.

3. Pemikiran bahwa berisiko

Pemikiran bahwa berisiko artinya para pengguna memikirkan suatu risiko yang belum tentu terjadi ketika akan melakukan transaksi menggunakan Mobile Banking.

Indikator risiko dilihat dari kemungkinan terdapat risiko pencurian mempunyai mayoritas tindakan untuk memperkecil risiko dari keputusan penggunaan internet banking, diharapkan tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko akan berdampak positif pada minat konsumen untuk menggunakan teknologi yang ditawarkan (Ratmono & Septiana, 2021).

Maraknya kasus kebocoran data dan privasi semakin menyita perhatian publik sehingga banyak masyarakat yang kurang percaya dengan layanan *mobile banking* yang ada. Oleh karena keamanan pengguna terhadap platform digital memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan mereka untuk tetap menggunakan atau beralih menggunakan platform lain. Membangun kepercayaan nasabah terhadap bank merupakan hal yang penting karena tanpa kepercayaan maka nasabah tidak akan menabung dananya di bank. Kepercayaan merujuk pada keyakinan bahwa individu atau pihak lain akan mengambil keputusan yang menguntungkan dalam suatu situasi. Kepercayaan nasabah diartikan sebagai suatu indikator kepercayaan psikologis yang mencangkup keyakinan dalam melakukan transaksi perbankan melalui internet, perlindungan kepentingan nasabah, pemenuhan komitmen dalam pelayanan pada nasabah dan memberikan manfaat bagi penggunanya. (Kamila & Rahayu, 2024).

2.7 Keputusan Penggunaan

2.7.1 Definisi Keputusan Penggunaan

Melalui layanan mobile banking, setiap nasabah dapat melakukan transaksi tanpa harus berkunjung ke bank, dan transaksi dapat dilakukan kapan saja. Selain memberikan manfaat kepada para nasabah, layanan mobile banking juga memberikan keuntungan bagi bank karena dapat meningkatkan profitabilitas dan pengurangan biaya modal (Sari & Cristiana, 2021).

Khalifah, Triwardhani, & Syarief (2021) menyatakan bahwa penggunaan merupakan serangkaian kegiatan konsumen guna menggunakan atau tidak menggunakan produk berdasarkan dengan pertimbangan tertentu. Dalam kaitannya dengan produk jasa, dikenal keputusan penggunaan yang mana penggunaan layanan yang diberikan oleh perusahaan untuk layanan yang ditawarkannya (Styarini & Riptiono, 2020).

Mobile banking adalah layanan jasa yang disediakan oleh bank yang memungkinkan nasabah dapat melakukan berbagai jenis transaksi kapanpun dan dimanapun melalui media *handphone*. Layanan ini bukan hanya dimanfaatkan oleh nasabah secara umum, tapi mahasiswa UIN sebagai pelanggan saat ini juga telah memanfaatkan layanan jasa tersebut dalam melakukan pembayaran tagihan kuliah. Namun, sebagian besar mahasiswa masih belum memanfaatkan kemudahan layanan tersebut (Susanto, Mukri, Bahrudin, & Hanif, 2022).

2.7.2 Keputusan Menggunakan Aplikasi

Keputusan penggunaan merupakan proses keputusan dimana konsumen benar – benar memutuskan untuk menggunakan salah satu produk atau jasa diantara berbagai macam alternatif pilihan (Jamilah & Hadi, 2018). Firnanda dan Asnawati (2018) menyatakan bahwa keputusan penggunaan adalah tahap penilaian keputusan menyebabkan konsumen membentuk pilihan mereka di antara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan. Khalifah et al., (2021) menyatakan bahwa keputusan penggunaan merupakan serangkaian kegiatan konsumen guna menggunakan atau tidak menggunakan produk berdasarkan dengan pertimbangan tertentu. Dalam kaitannya dengan produk jasa, dikenal keputusan penggunaan yang mana penggunaan layanan yang diberikan oleh perusahaan untuk layanan yang ditawarkannya (Styarini & Riptiono, 2020).

2.7.3 Indikator Keputusan Penggunaan

Beberapa indikator dalam menggambarkan keputusan penggunaan mobile banking yaitu:

1. **Durasi akses**, merujuk pada seberapa lama waktu yang dibutuhkan pengguna untuk membuka aplikasi, login, dan menyelesaikan transaksi. Kemudahan akses berkaitan dengan kenyamanan dan lancarnya penggunaan aplikasi kapan saja, di mana saja, serta minim hambatan teknis (Fitriati et al., 2022).
2. **Konsistensi Penggunaan**, menunjukkan apakah pengguna lebih memilih mobile banking daripada saluran lain (ATM, teller), dan apakah penggunaan aplikasi berlangsung dalam

jangka panjang, bukan hanya sekali atau sesekali (Fitriati et al., 2022).

3. **Jenis Transaksi yang dilakukan**, Indikator ini mengukur variasi layanan transaksi yang dilakukan pengguna melalui aplikasi mobile banking, seperti transfer antar rekening, pembayaran tagihan, pembelian pulsa atau paket data, dan pengecekan saldo atau mutasi rekening. Semakin beragam jenis transaksi yang dilakukan, semakin tinggi tingkat pemanfaatan aplikasi secara komprehensif. Menurut penelitian, variasi penggunaan fitur berkorelasi dengan loyalitas dan kepuasan pengguna (Fitriati et al., 2022).

Penting bagi nasabah untuk mendapatkan kemudahan-kemudahan dalam memperoleh informasi keuangan dan melakukan transaksi secara online terlebih bagi mereka yang memiliki tingkat mobilitas yang tinggi. Selain itu, keunggulan dari mobile banking adalah keamanan user-id yang tidak setiap orang bisa mengetahuinya kecuali pemiliknya. Berdasarkan keunggulan yang dimiliki oleh mobile banking tersebut, pihak perbankan yakin dapat menarik minat nasabah dengan memberi layanan yang sejenis (Alwahidin & Prayoga Muin, 2022).

2.8 Penelitian Terkait

Dalam penelitian ini, peneliti telah melampirkan beberapa penelitian sebelumnya sebagai referensi untuk memperkuat teori penelitian saat ini yang diajukan untuk memperjelas perbedaan dan

persamaan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Fernos & Alfadino (2021) dengan judul Pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking* pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatra Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya. Tujuan penelitian untuk menguji pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya. Akumulasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dari kuesioner dan menggunakan teknik slovin. Teknis analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji t. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel manfaat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dan untuk variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah, selanjutnya untuk kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Persamaan dengan peneliti sama-sama meneliti tentang manfaat dan kepercayaan. Perbedaan dengan peneliti ada pada variabel kemudahan.

Ramayani, Kismawadi, Hamid (2020) dengan judul Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, keamanan, manfaat dan

kemudahan terhadap penggunaan layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Mandiri. Penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai instrument untuk mengumpulkan data sebanyak 100 responden. Responden tersebut merupakan nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Mandiri Cab. Kuala Simpang. Penentuan sampel menggunakan metode probability sampling dan metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara persial variabel kepercayaan memiliki nilai signifikansi $0,003 < 0,05$, keamanan ($0,016 < 0,05$), manfaat ($0,10 < 0,05$) dan kemudahan ($0,003 < 0,05$) berarti semua variabel pada penelitian ini berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan fasilitas *mobile banking* Bank Syariah Mandiri. Kemudian secara simultan variabel kepercayaan, keamanan, manfaat dan kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan fasilitas *mobile banking* Bank Syariah Mandiri dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Persamaan dengan peneliti variabel manfaat dan variabel kepercayaan. Perbedaan dengan peneliti ada pada variabel keamanan serta kemudahan.

Lumbantoruan (2023) dengan judul "Pengaruh Manfaat dan Kemudahan Pengguna Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Mandiri". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking* Bank Mandiri di Kota Medan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Populasi dalam

penelitian adalah seluruh nasabah pengguna *Mobile Banking* dengan jumlah 4.103 nasabah. dan sampel dalam penelitian ini adalah 100 nasabah dari populasi yang dipilih dengan Teknik Purposive Sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan menggunakan skala pengukuran skala likert. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking* Bank Mandiri, Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking* Bank Mandiri. Persamaannya dengan peneliti pada variable Manfaat. Perbedaan dengan peneliti yaitu pada variabel kemudahan dan pada penelitian ini juga menggunakan keputusan nasabah.

Nurdin et al. (2020). Dengan judul Pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di bank Mega Syariah cabang Palu. Tujuan dari penelitian ini Pada era teknologi informasi sekarang ini perilaku nasabah atau konsumen banyak berubah dalam melakukan transaksi perbankan, dimana nasabah sangat mengedepankan aspek kemudahan, fleksibilitas, efisiensi, dan kesederhanaan. Teknologi mobile banking merupakan salah satu jenis pelayanan yang diberikan Bank MEGA Syariah kepada nasabahnya agar nasabah dapat melakukan transaksi perbankan kapan saja dan dimana saja setiap saat tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sifat asosiatif.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sampel penelitian ini sebanyak 62 responden yang diambil dengan teknik incidental sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Metode analisis data menggunakan uji regresi linier berganda. Dari hasil uji t menunjukkan bahwa variabel manfaat memiliki nilai Thitung sebesar $1.378 < 1.988$, maka H1 ditolak, variabel kepercayaan memiliki nilai T hitung sebesar $2.208 > 1.988$, maka H2 diterima, variabel kemudahan penggunaan memiliki nilai T hitung sebesar $1.785 < 1.988$, maka H3 ditolak. Hasil uji R² sebesar 0.301, hal tersebut berarti variabel minat nasabah dapat dijelaskan oleh variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan. Secara parsial dari tiga variable yang diuji tidak satupun mempengaruhi minat nasabah menggunakan mobile banking. Persamaan dari penelitian ini variabel kepercayaan dan manfaat. Perbedaannya di variabel kemudahan.

Atieq & Nurpiani (2022), dengan judul Pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat, dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking Bak Syariah (Survey pada mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon). Tujuan dari penelitian ini Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon sebagai mahasiswa yang mempelajari tentang perbankan syariah dan memiliki pengetahuan yang cukup mengenai mobile banking. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian apakah terdapat minat mahasiswa yang merupakan nasabah BSI untuk menggunakan

mobile banking dengan variabel independen yang digunakan kemudahan penggunaan, manfaat dan risiko. Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi pada penelitian ini yaitu mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dengan jumlah sampel sebanyak 91 orang. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini analisis deskriptif dan analisis statistik berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji hipotesis berupa uji t (parsial) dan uji F (simultan) dengan menggunakan SPSS Statistics Versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Sedangkan risiko tidak memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Secara simultan, kemudahan penggunaan, manfaat dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Persamaan dari penelitian ini variabel manfaat dan variabel risiko. Perbedaan dari penelitian ini variabel kemudahan.

Finannafi'ah & Witono (2022) dengan judul Pengaruh kemudahan, risiko, manfaat, dan kenyamanan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking. Tujuan dari penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh minat masyarakat Kabupaten Sragen dalam menggunakan Mobile Banking.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kausal komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Sragen. Sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Maka dari hasil perhitungan sampel penelitian ini sebanyak 100 sampel dari total populasi di Kabupaten Sragen. Penelitian ini diolah dengan menggunakan aplikasi Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan, risiko, manfaat dan kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Mobile Banking pada masyarakat di Kabupaten Sragen. Persamaan dengan penelitian ini pada variabel risiko dan variabel manfaat. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu variabel kemudahan dan juga variabel kenyamanan.

Tabel 2. 1
Penelitian Terkait

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Motode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Jhon Fernos & Mairizal Alfadino (2021) Pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatra Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya	Metode Penelitian: Kuantitatif. Akumulasi data: Data primer dari kuesioner dan menggunakan teknik slovin. Teknis Analisis Data: Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, dan Uji T.	Hasil penelitian menunjukkan manfaat tidak berpengaruh terhadap minat nasabah sedangkan kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Motode Penelitian	Hasil Penelitian
2	Ramayani, Kismawadi & Hamid (2020) Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking	Metode Penelitian: Kuantitatif Penentuan sampel: Metode <i>Probability Sampling</i> Metode Analisis: Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan, keamanan, manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan fasilitas Mobile Banking Bank Syariah Mandiri
3	Dina Marisa Lumbantoruan, Anne Rumondang Malau, Hanna Melani Damanik, Leonardo Davidsi Sipayung (2023) Pengaruh Manfaat dan Kemudahan Pengguna Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Mandiri	Metode Penelitian: Kuantitatif dan menggunakan Analisis Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Mandiri
4	Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bachmid, Abdul Jalil (2020) Pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di bank Mega Syariah cabang palu	Metode Penelitian: Kuantitatif dengan Sifat Asosiatif	Hasil menunjukkan variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan tidak ada yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan Mobile Banking

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Motode Penelitian	Hasil Penelitian
5	Atieq & Nurpiani (2022) Pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat, dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking Bak Syariah (Survey pada mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)	Metode Penelitian: Kuantitatif Teknik yang digunakan: <i>Incidental Sampling</i>	Hasil penelitian menunjukkan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan mobile banking sedangkan manfaat dan risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan mobile banking
6	Finannafi'ah & Witono (2022) Pengaruh kemudahan, risiko, manfaat, dan kenyamanan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking	Metode Penelitian: Kausal Komparatif dengan pendekatan Kuantitatif Teknik pengambilan sampel: purposive sampling.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan, risiko, manfaat dan kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Mobile Banking pada masyarakat di Kabupaten Sragen.

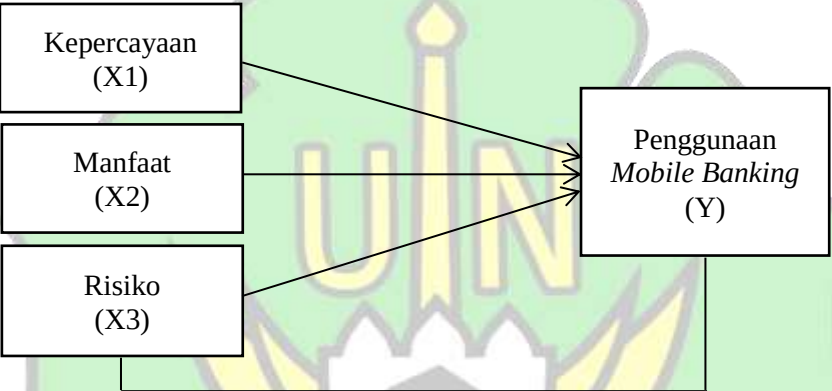
Sumber: Data diolah (2025)

2.9 Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran adalah proses untuk menemukan solusi terhadap masalah penelitian dengan pendekatan teoritis yang masih perlu diuji kebenarannya di lapangan. Kerangka berpikir yang baik akan menggambarkan hubungan antar variabel yang akan diteliti secara teoritis. Oleh karena itu, hubungan antara variabel independen dan dependen perlu dijelaskan dengan jelas dalam konteks teoritis. Jika penelitian melibatkan variabel moderator atau intervening, peneliti juga harus menjelaskan alasan mengapa variabel tersebut

dimasukkan dalam penelitian. Hubungan antar variabel ini kemudian dirumuskan dalam bentuk paradigma penelitian. Dengan demikian, penyusunan paradigma penelitian harus didasarkan pada kerangka berpikir yang telah disusun. (Sugiyono, 2022).

Gambar 2. 1
Skema Kerangka Berpikir



Sumber: Data Diolah (2025)

2.10 Pengaruh Antar Variabel

2.10.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Action Mobile

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayakan akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan. Kepercayaan merupakan faktor kritis dalam pengambilan keputusan oleh nasabah untuk menggunakan layanan *M-Banking* hal ini terkait dengan beberapa elemen, termasuk keamanan dan kenyamanan, penerapan

sistem keamanan yang ketat, serta kualitas layanan yang diberikan dan juga kepuasan nasabah. Hubungan antara variabel kepercayaan terhadap penggunaan *Mobile Banking* berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Ramayani, et al., 2020). menunjukkan variabel kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan fasilitas *mobile banking* Bank Syariah Mandiri

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, peneliti berpendapat kepercayaan memiliki pengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*, maka peneliti dapat mengajukan yang pertama, yaitu:
 H_1 : Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking*

2.10.2 Pengaruh Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Action Mobile

Manfaat yaitu tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi. Harapan seseorang dalam menggunakan teknologi agar dapat bermanfaat baginya dan juga dapat membantunya dalam menyelesaikan pekerjaannya dengan mudah dan seperti yang dia harapkan. Jadi, semakin besar manfaat yang diterima, Berdasarkan penelitian Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022) menyatakan bahwa variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, manfaat memiliki peran penting dalam meningkatkan nasabah menggunakan *mobile*

banking. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan pada saat menggunakan teknologi maka akan semakin tinggi pula penggunaan *mobile banking* tersebut. Dari hasil diatas peneliti dapat mengajukan, yaitu:

H₂: Manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking*.

2.10.3 Pengaruh Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Action Mobile

Menurut Mentayani & Rusmanto (2019) risiko yaitu perkiraan nasabah dalam menderita kerugian yaitu terdiri dari besarnya risiko, keamanan transaksi, kebutuhan transaksi dan jaminan keamanan dari bank. Rahmah, et al (2022) menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif antara persepsi risiko terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* diterima. Selanjutnya penelitian Cahyaningtyas & Witono (2022) menjelaskan bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap minat nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, risiko berpengaruh terhadap keputusan pengguna layanan *m-banking*, karena nasabah sangat memikirkan bagaimana risiko jika mereka menggunakan *m-banking* tersebut, jika bagi nasabah terlalu banyak risiko yang dirasakan maka itu akan berpengaruh kepada penggunaan *m-banking*. Dari hasil diatas peneliti dapat mengajukan, yaitu:

H₃: Risiko berpengaruh terhadap keputusan keputusan penggunaan *Mobile Banking*.

2.11 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap suatu rumusan masalah, yang hakikatnya masih belum pasti, sehingga kebenarannya harus dibuktikan dengan akumulasi data empiris (Sugiyono, 2022). Hipotesis adalah pernyataan sementara yang dirumuskan untuk memberikan jawaban atas suatu masalah atau pertanyaan penelitian. Berdasarkan penelitian terdahulu di atas dapat dijelaskan bahwa hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁: Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking*
- H₂: Manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking*.
- H₃: Risiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking*.
- H₄: Kepercayaan, Manfaat, Risiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang didasarkan pada fakta empiris, didasarkan pada populasi dan sampel tertentu serta menggunakan alat penelitian untuk mengumpulkan data guna menguji hipotesis yang telah ditentukan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan.

Berdasarkan rumusan masalah, teknik analisis yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan hubungan asosiatif kausal. Hubungan asosiatif kausal yaitu suatu rumusan masalah pada penelitian yang bersifat sebab dan akibat yang dapat mempengaruhi variabel independen dan variabel dependen (Sugiyono, 2022). Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh kepercayaan, manfaat, dan risiko terhadap keputusan penggunaan Action Mobile pada Mahasiswi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3.2 Jenis dan Sumber data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer artinya data yang diperoleh secara langsung dilapangan yang dilakukan oleh seorang peneliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang dibuat menggunakan *Google Form* yang kemudian

diberikan kepada responden sebagai bagian dari analisis penelitian. Data dari responden penelitian ini adalah Mahasiswa aktif UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang menggunakan *Action Mobile*.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan suatu pengamatan yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang sudah diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022). Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang menggunakan *Action Mobile*. Dikarenakan jumlah data populasi yang sangat besar dan tidak dapat diperoleh oleh peneliti maka pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *Cochran* untuk menentukan jumlah sampel penelitian apabila populasi tidak diketahui. Formula *Cochran* dianggap sangat tepat dalam situasi dengan populasi besar.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu. Jika populasi terlalu besar dan ada keterbatasan seperti dana, tenaga dan waktu, peneliti dapat menggunakan sampel yang mewakili populasi tersebut secara akurat (Sugiyono, 2022).

3.4 Teknik pengambilan sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Menurut sugiyono (2018:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan dianggap mewakili seluruh populasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang menggunakan *Action Mobile*. Untuk menentukan jumlah sampel yang representatif, peneliti menggunakan rumus *Cochran* karena untuk menentukan jumlah minimum responden, populasi bersifat terbatas dan penelitian ini bersifat survei kuantitatif. Rumus *Cochran* digunakan untuk menghitung ukuran sampel dengan tingkat presisi (margin of error) tertentu berdasarkan proporsi yang diharapkan dalam populasi (Cochran, 1977; dalam Nanjundeswaraswamy 2021)

$$n_0 = \frac{Z^2 P (1 - P)}{e^2}$$

Keterangan:

n_0 = ukuran sampel awal (tanpa koreksi populasi)

Z = nilai Z untuk tingkat kepercayaan 95% (1,96)

p = proporsi yang diharapkan dalam populasi (jika tidak diketahui digunakan 0,5) e = margin of error (tingkat kesalahan yang ditoleransi, 10% atau 0,10)

Dengan demikian diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n_0 = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n_0 = \frac{3,8415 \times 0,25}{0,01}$$

$$n_0 = 96,04$$

Hasil pembulatan menunjukkan bahwa jumlah sampel minimum yang diperlukan adalah 96 responden. Jumlah ini dinilai telah mewakili populasi dengan tingkat kepercayaan 95% dengan margin of error 10% dikarenakan keterbatasan waktu dan akses responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan salah satu teknik pengambilan sampel *non-probability sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, dimana responden yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan memenuhi kriteria sebagai sumber data dapat dijadikan sebagai sampel penelitian. Teknik ini dipilih karena memudahkan peneliti dalam memperoleh responden yang sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan dalam penelitian.

Menurut Sugiyono (2018), *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila dipandang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Teknik ini umumnya digunakan ketika populasi cukup besar dan peneliti memiliki keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya.

Dalam penelitian ini, *accidental sampling* dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Universitas Islam

Negeri Ar-Raniry Banda Aceh yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan merupakan pengguna aplikasi Action Mobile Bank Aceh Syariah. Responden yang memenuhi kriteria tersebut dan bersedia mengisi kuesioner dijadikan sebagai sampel penelitian. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan telah menggunakan aplikasi Action Mobile.

3.5 Definisi dan Operasional Variabel

Definisi dan Operasional Variabel Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa operasional variabel adalah sebuah metode yang berguna untuk mengukur suatu variabel dengan cara melihat pada indikator dan dimensi dari satu 53 variabel tersebut. Pada operasional variabel peneliti menyusun berdasarkan indikator masing-masing faktor. Sesuai dengan indikator-indikator yang terdapat dalam variabel maka pertanyaan yang dalam variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

Variabel	Definsi	Indikator	Skala Pengukur
Kepercayaan (X1)	Kepercayaan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan penyedia jasa, karena perusahaan menjanjikan produk yang tidak perlu dilihat (Ramayani, Kismawadi, & Hamid, 2020).	a) Kehandalan, b) Kepedulian, c) Kredibilitas,	Skala Likert

Tabel 3.1– Lanjutan

Variabel	Definsi	Indikator	Skala Pengukur
Manfaat (X2)	Manfaat yaitu tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi. Persepsi terhadap manfaat adalah yang diyakini individu dapat diperolehnya apabila menggunakan teknologi informasi. (Ningrum 2020)	a) <i>Makes Job Easier.</i> b) <i>Increase Productivity.</i> c) <i>Enhance effectiveness.</i> d) Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya.	Skala Likert
Risiko (X3)	Menurut Mentayani & Rusmanto (2019) risiko yaitu perkiraan nasabah dalam menderita kerugian yaitu terdiri dari besarnya risiko, keamanan transaksi, kebutuhan transaksi dan jaminan keamanan dari bank.	a) Berupa adanya risiko tertentu. b) Mengalami kerugian. c) Pemikiran bahwa berisiko.	Skala Likert
Keputusan Penggunaan (Y)	Mobile Banking sebagai salah satu bentuk aplikasi sistem juga dapat digunakan untuk meningkatkan produktivitas penggunaannya. Oleh karena itu, penggunaan mobile banking adalah kondisi nyata penggunaan layanan mobile banking oleh masyarakat (Iqbal, Heriyani & Urrahmah 2021)	a) Transaksional b) Referensial c) Preferensial d) Eksploratif	Skala Likert

3.6 Teknik Pengumpulan Data

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

Tabel 3. 2
Instrumen Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono (2022)

3.7 Uji Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

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

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

3.7.2 Uji Reliabilitas

Sugiyono (2018) menyebutkan reliabilitas adalah pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Jadi dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas adalah mengukur kestabilan alat ukur. Segala alat ukur dikatakan reliabel apabila dapat memberikan hasil yang sama bila dipakai untuk mengukur ulang.

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

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

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

Pada penelitian ini akan digunakan uji normalitas Normal Probability Plot of Regression Standardized Residual. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Ghazali (2011) menyatakan bahwa dasar dari pengambilan keputusan untuk uji normalitas dengan probability plot adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya maka distribusi dapat dikatakan normal, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan jika data menyebar jauh dari data garis diagonal dan tidak mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya maka distribusi normal dan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.8.2 Uji Multikolinierita

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

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya dalam suatu model regresi. Ketika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, ini disebut homoskedastisitas, model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Sujarweni, 2020). Regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitaran angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik data tidak bole membentuk pola bergelombang melebar yang kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola. Sedangkan yang disebut dengan

heteroskedastisitas adalah ketika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda yang dapat dideteksi dengan beberapa cara ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini untuk mengetahui uji heteroskedastisitas akan dilakukan dengan grafik scatterplot.

3.9 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda merupakan analisis yang digunakan untuk memprediksi atau meramalkan keadaan variabel (Sugiyono, 2018:277). Sedangkan menurut Ghozali (2011) Analisis linear berganda adalah pengujian yang digunakan oleh peneliti untuk mengetahui apakah keadaan tinggi rendahnya variabel dependen terhadap dua atau lebih variabel independen sebagai faktor untuk dimanipulasi atau dalam artian analisis regresi bisa digunakan apabila variabel independennya lebih dari dua. Dengan kata lain analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh suatu variabel bebas (Independen) dalam suatu penelitian dengan variabel terikat (Dependen). Variabel independen pada penelitian ini adalah kepercayaan, manfaat dan risiko. Sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah pengguna action mobile. Adapun persamaan linier pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pengguna Action Mobile

b₁ - b₃ : koefisien variabel

$X_1 - 3$: variabel Bebas

e : error term

3.10 Pengujian Hipotesis

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

3.10.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji ini merupakan pengujian koefisien regresi parsial individual yang di gunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) (Sujarweni, 2020). Dalam penelitian ini, uji t dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yaitu kepercayaan, manfaat, dan risiko terhadap keputusan penggunaan action mobile pada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung terhadap nilai t tabel, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel X mempunyai pengaruh terhadap variabel Y, atau dengan melihat nilai signifikansi pada tabel uji t,

jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (Sujarweni, 2020).

3.10.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau disebut juga dengan pengujian signifikan persamaan yang biasanya digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) (Sujarweni, 2020). Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk melakukan pengujian secara stimulan (bersama-sama) untuk mengetahui pengaruh antar masing-masing variabel independen yaitu kepercayaan, manfaat, dan risiko terhadap keputusan penggunaan action mobile pada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung terhadap nilai F tabel, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel X mempunyai pengaruh terhadap variabel Y, atau dengan melihat nilai signifikansi pada tabel uji t, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat ditarik kesimpulan variabel X berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Y (Sujarweni, 2020).

3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R square (koefisien determinasi) digunakan untuk mengetahui seberapa kemampuan model dalam menerangkan pengaruh variabel independen yaitu kepercayaan (X1), manfaat (X2), dan risiko (X3) terhadap variabel dependen yaitu pengguna action

mobile banking (Y). Nilai R square menurut Chin, (1998) dalam Sugiyono, (2018) dikategorikan sebagai berikut: 1. Jika nilai R square $> 0,67$ maka dikategorikan kuat 2. Jika nilai R square $0,34 - 0,67$ maka dikategorikan moderat 3. Jika nilai R square $0 - 0,33$ maka dikategorikan rendah.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran PT. Bank Aceh Syariah

4.1.1 Sejarah PT. Bank Aceh Syariah

Berdirinya PT. Bank Pembangunan Daerah Aceh yang sebelum menjadi Perseroan Terbatas merupakan prakarsa dari Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Aceh). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama “PT Bank Kesejahteraan Atjeh, NV”.

Setelah beberapa kali perubahan Akte, barulah pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dengan Surat Keputusan No. 12096/BUM/II dan pengesahan bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan surat keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960. Pada saat itu PT Bank Kesejahteraan Aceh NV dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisaris terdiri atas Teuku Soelaiman Polem, Abdullah Bin Mohammad Hosein dan Moehammad Sanusi. Dengan ditetapkannya Undang-Undang No. 13 Tahun 1962 tentang ketentuan-ketentuan pokok Bank

Pembangunan daerah, semua bank milik Pemerintahan daerah yang sudah terdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan Undang-Undang tersebut,

Untuk memenuhi ketentuan ini maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah No. 12 Tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam Perda tersebut ditegaskan bahwa maksud pendirian Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh adalah untuk menyediakan pembiayaan bagi pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah dalam rangka pembangunan nasional semesta berencana.

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

Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah Daerah telah beberapa kali mengadakan perubahan Peraturan Daerah (Perda), yaitu mulai Perda No.10 tahun 1974, Perda No. 6 tahun 1978, Perda No. 5 tahun 1982, Perda No. 8 tahun 1988, Perda No. 3 tahun 1993 dan terakhir Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh

Nomor : 2 Tahun 1999 tanggal 2 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, yang telah disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor : 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999.

Perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas dilatarbelakangi keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam program rekapitalisasi, berupa peningkatan permodalan bank yang ditetapkan melalui Keputusan Bersama Menteri Keuangan Republik Indonesia dan Gubernur Bank Indonesia Nomor 53/KMK.017/1999 dan Nomor 31/12/ KEP/GBI tanggal 8 Februari 1999 tentang Pelaksanaan Program Rekapitalisasi Bank Umum, yang ditindaklanjuti dengan penandatanganan Perjanjian Rekapitalisasi antara Pemerintah Republik Indonesia, Bank Indonesia, dan PT. Bank BPD Aceh di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1999.

Sejarah baru mulai diukir oleh Bank Aceh Syariah tepatnya pada tanggal 25 Mei 2015 melalui Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB), dimana hasil RUPSLB adalah merubah sistem kegiatan usaha Bank Aceh Syariah seluruhnya dari konvensional menjadi syariah. Maka setelah keputusan tersebut ditetapkan, proses konversi mulai dilakukan dengan kerjasama tim konversi Bank Aceh Syariah yang diawasi langsung oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Akhirnya Bank Aceh Syariah memperoleh izin operasional konversi untuk menjalankan kegiatan usaha

berdasarkan sistem syariah secara menyeluruh dari Dewan Komisiner OJK Pusat setelah melalui berbagai tahapan dan proses perizinan yang disyaratkan oleh OJK.

Pada tanggal 1 September 2016, ditetapkan izin operasional konversi berdasarkan Keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum Syariah PT Bank Aceh Syariah yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisiner OJK kepada Zaini Abdullah selaku Gubernur Aceh pada saat itu melalui Ahmad Wijaya Putra selaku Kepala OJK Provinsi Aceh di Banda Aceh. Ketentuan yang berlaku bahwa kegiatan operasional Bank Aceh Syariah baru dapat dilaksanakan setelah diumumkan kepada masyarakat selambat-lambatnya 10 hari dari tanggal ditetapkannya tersebut. Maka, perubahan sistem operasional ini baru dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh Syariah. Dan sejak tanggal tersebut sesuai dengan Ketentuan PBI Nomor 11/15/PBI/2009, Bank Aceh Syariah telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni.

Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal. Pada akhir 2021, Bank Aceh resmi membuka perwakilan kantor cabangnya di

jakarta tepatnya pada tanggal 20 Desember 2021, yang berlokasi di Jalan HOS Cokroaminoto, Menteng, Jakarta Pusat.

Dibukanya Kantor Cabang Bank Aceh di Jakarta merupakan representasi dukungan Pemerintah Aceh terhadap aktivitas layanan transaksi perbankan di tengah persaingan sektor perbankan. kehadiran di Jakarta diharapkan mampu memberikan dukungan bagi akselerasi pengelolaan keuangan, baik kepada sektor privat, swasta, maupun pemerintah daerah. Adapun Kantor Pusat Bank Aceh Syariah berlokasi di Jalan Mohd. Hasan No 89 Batoh, Banda Aceh. Bank Aceh Syariah sampai akhir tahun 2017, telah memiliki 161 jaringan kantor terdiri dari 1 Kantor Pusat, 1 Kantor Pusat Operasional, 25 Kantor Cabang, 86 Kantor Cabang Pembantu, 20 Kantor Kas tersebar dalam wilayah Provinsi Aceh termasuk di kota Medan (dua Kantor Cabang, dua Kantor Cabang Pembantu, dan satu Kantor Kas), dan 17 Payment Point. (Bank Aceh , 2024)

4.1.2 Visi, Misi, dan Motto Bank Aceh Syariah

Visi Bank Aceh Syariah adalah “Menjadi Bank Syariah terdepan dan terpercaya dalam pelayanan di Indonesia”. Adapun untuk mencapai visi tersebut, Bank Aceh Syariah memiliki beberapa misi. Misi Bank Aceh Syariah adalah:

1. Menjadi penggerak perekonomian aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah dan nasional melalui ekonomi kerakyatan.

2. Memberikan layanan inovatif dan solutif yang unggul berbasis digital bagi nasabah dan masyarakat.
3. Menjadi sarana pengembangan ekonomi islam bagi professional dan karyawan dalam berkarya dan beribadah
4. Menerapkan tata kelola perusahaan yang berintegritas dan berorientasi pada nilai-nilai perusahaan.
5. Menerapkan prinsip Syariah dalam *muamalah* secara komprehensif guna memberikan nilai tambah bagi seluruh nasabah, pemegang saham, dan stakeholders lainnya.

Motto Bank Aceh Syariah adalah kepercayaan dan kemitraan. Kepercayaan yang dimaksud adalah suatu manifestasi dan wujud Bank sebagai amanah dari nasabah, pemilik, dan masyarakat secara luas untuk menjaga kerahasiaan serta mengamankan kepercayaan tersebut. Sedangkan kemitraan yang dimaksud adalah suatu janji kerjasama usaha yang erat setara antara Bank dan Nasabah yang meruoakan strategi bisnis Bersama dengan prinsip saling membutuhkan, saling menguntungkan diikuti dengan pembinaan dan pengembangan secara berkelanjutan.

Dalam rangka mencapai visi, misi, dan motto tersebut, Bank Aceh Syariah diarahkan untuk melakukan pengelolaan bank yang sehat dan tetap pada jalur yang benar, perbaikan perekonomian rakyat, dan pembangunan daerah dengan melakukan usaha-usaha bank umum yang mengutamakan optimalisasi penyediaan pembiayaan dan pelayanan perbankan. Untuk mewujudkan visi dan misi bank tersebut, setiap karyawan dan manajemen harus dapat

menganut, meyakini, mengamalkan dan melaksanakan budaya perusahaan (*corporate values*) berlandaskan kepada Budaya Aceh yang kental dengan nilai-nilai dan budaya islam, sehingga nilai perusahaan yang sekarang diadopsi adalah ISLAMI. ISLAMI merupakan singkatan dari:

1. **Integritas** yaitu menjalankan tugas dengan penuh tanggung jawab, jujur, berkomitmen dan konsisten.
2. **Silaturrahim** yaitu membangun hubungan yang baik dan kemitraan dengan nasabah serta stakeholder.
3. **Loyalitas** yaitu memberikan produk dan layanan yang terbaik bagi nasabah.
4. **Amanah** yaitu membangun sikap untuk menepati dan memenuhi janji kepada nasabah.
5. **Madani** yaitu menciptakan dan mengembangkan kemajuan bank secara terus menerus.
6. **Ikhlas** yaitu menciptakan dan membentuk sikap yang tulus dalam bekerja dan pengabdian.

4.1.3 Action Mobile Banking

Action Mobile Banking merupakan salah satu produk layanan dari Bank Aceh yang memungkinkan nasabah Bank melakukan transaksi perbankan melalui smartphone. Layanan Mobile Banking dapat digunakan dengan mengakses fitur-fitur yang tersedia didalam aplikasi yang dapat diunduh dan di install oleh Nasabah. Layanan Mobile Banking ini menggunakan Akad Wakalah. (Bank Aceh, 2024)

Adapun fitur yang terdapat pada Action Mobile adalah sebagai berikut:

1. Transfer antar BAS
 2. Transfer antar Bank Lain
 3. Quick Transfer antar BAS via QR Code
 4. Cek saldo & mutasi rekening
 5. E-Statement/Riwayat Transaksi,
 6. Pembayaran Zakat, Infak, Universitas Teuku Umar, UIN Ar-Raniry, E-Setor Pemkot Banda Aceh, Samsat Aceh.
 7. Penambahan Rekening.
 8. Login menggunakan Biometric
 9. Penggantian Password, MPIN, & Perangkat Baru. Untuk bisa menggunakan layanan *Action Mobile*
- Fitur Lainnya:
Fitur E-Statement (*Transaction History*), Informasi Terkini, Message Notification (Push Notification), Lupa Username, Lupa/Buka Blokir MPIN, Lupa/Buka Blokir Password, Daftar Favorit Transfer/Layanan, Penggantian Password & MPIN, Pengaturan Rekening Sumber Dana yang Digunakan atau menambahkan seluruh rekening tabungan dalam satu aplikasi, Kotak Pesan Transaksi, Penggantian Perangkat, Unduh Resi Transaksi, Share Resi Transaksi, Jadwal Sholat & Arah Kiblat, Penggantian Perangkat Baru, dan mendukung fitur biometrik yang memberikan akses lebih aman dan nyaman.

4.2 Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, manfaat, dan risiko terhadap keputusan penggunaan *Action Mobile* pada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Responden pada penelitian ini yaitu Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang menggunakan *Action Mobile*. Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi: Jenis Kelamin, fakultas, angkatan. Adapun deskripsi mengenai gambaran umum responden dalam penelitian adalah sebagai berikut:

4.2.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terbagi atas laki-laki dan perempuan yang merupakan mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang menggunakan *Action Mobile*. Pengelompokan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel yang diolah sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Gambaran Umum Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden
Laki – laki	46
Perempuan	54
Total	100

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui jumlah responden yang berkelamin laki-laki sebanyak 46 orang sedangkan berkelamin perempuan sebanyak 54 orang. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa mahasiswa yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak

menggunakan *action mobile* dibandingkan mahasiswa berjenis kelamin Laki-laki.

4.2.2 Fakultas

Pengolahan data yang telah dilakukan berdasarkan 9 fakultas yang ada di UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Berikut dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 2
Gambaran Umum Responden Berdasarkan Fakultas

Fakultas	Responden
Ekonomi dan Bisnis Islam	19
Tarbiyah dan Keguruan	9
Dakwah dan Komunikasi	9
Ushuluddin dan Filsafat	11
Adab dan Humaniora	8
Syariah dan Hukum	14
Sains dan Teknologi	8
Ilmu Sosial dan Pemerintahan	8
Psikologi	14
Total	100

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa responden adalah mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh pengguna *action mobile* yang terdiri dari 9 fakultas yang ada di UIN Ar-Raniry. Responden terbanyak itu dari fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berjumlah 19, sedangkan yang paling sedikit ada 3 fakultas yaitu dari Fakultas Adab dan Humaniora, Fakultas Sains dan Teknologi, dan Fakultas Sosial dan Ilmu Pemerintahan masing-masing berjumlah 8 responden.

4.2.3 Angkatan

Berdasarkan angkatan yang telah dilakukan oleh peneliti itu terbagi 5 angkatan dimulai dari 2020 s/d 2025, berikut pembagian berdasarkan angkatan responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 3
Gambaran Umum Responden berdasarkan Angkatan

Angkatan	Jumlah Responden
2020	13
2021	37
2022	18
2023	14
2024	12
2025	6
Total	100

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwasannya responden berdasarkan angkatan pada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang menggunakan action mobile berbeda-beda. Kebanyakan itu adalah responden yang berada pada angkatan 2021 berjumlah 37 orang responden yang menggunakan action mobile, sedangkan yang paling sedikit yaitu angkatan 2025 sebanyak 6 orang responden.

4.3 Deskripsi Variabel

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

4.3.1 Deskripsi Variabel Kepercayaan

Pada variabel kepercayaan terdapat 3 pertanyaan. Diantaranya hasil tanggapan responden di masing-masing pernyataan bisa dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 4
Deskripsi Variabel Kepercayaan

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-rata	Rerata 3.91
KP_1	2	2	18	52	26	3,98	
KP_2	2	5	32	42	19	3,71	
KP_3	1	4	15	48	32	4,06	
Total	5	11	65	142	77	11,75	

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan pada variabel kepercayaan adalah 3,91 dengan jumlah Sangat Setuju (5) itu sebanyak 77 tanggapan, kemudian Setuju (4) yang paling banyak yaitu 142 tanggapan, kemudian tanggapan Netral (3) berjumlah 65 tanggapan, setelah itu tanggapan Tidak Setuju (2) dengan 11 tanggapan, terakhir Sangat Tidak Setuju (1) dengan total 5 tanggapan. Adapun jumlah rata-rata tertinggi dari 3 pernyataan variabel kepercayaan adalah pada pernyataan ketiga yaitu “Saya percaya bahwa *Action Mobile* menjaga kerahasiaan data pribadi saya” dengan rata-rata 4,06. Sedangkan yang terendah adalah pernyataan kedua yaitu “Saya percaya pihak bank akan selalu memperhatikan kondisi nasabahnya” dengan nilai rata-rata 3,71, hal tersebut dikarenakan karena banyaknya nasabah tidak mungkin pihak bank memperhatikan kondisi nasabahnya satu per satu.

4.3.2 Deskripsi Variabel Manfaat

Pada variabel Manfaat terdapat 4 pertanyaan. Diantaranya hasil tanggapan responden di masing-masing pernyataan bisa dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 5
Deskripsi Variabel Manfaat

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-rata	Rerata
M1	0	2	13	40	45	4,28	4,32
M2	0	1	9	46	44	4,33	
M3	0	0	6	37	57	4,51	
M4	0	0	19	44	37	4,18	
Total	0	3	47	167	183	17,3	

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan pada variabel manfaat adalah 4,32 dengan jumlah Sangat Setuju (5) yang terbanyak yaitu 183 tanggapan, kemudian Setuju (4) dengan total tanggapan 167, kemudian tanggapan Netral (3) dengan total 47 tanggapan, setelah itu tanggapan Tidak Setuju (2) dengan total 3 tanggapan dan terakhir adalah tanggapan Sangat Tidak Setuju (1) dengan total 0 tanggapan. Adapun jumlah rata-rata tertinggi itu dari pernyataan 4 variabel manfaat adalah pada pernyataan ketiga yaitu “*Action Mobile* membantu saya menghemat waktu dibandingkan harus datang ke bank”. Sedangkan yang terendah adalah pernyataan keempat “Saya dapat mengatur dan memantau keuangan pribadi saya dengan lebih baik berkat *Action Mobile*” dengan nilai rata-rata 4,11. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua pengguna *action mobile*

menggunakan aplikasi ini untuk mengatur dan memantau keuangan pribadi mereka melalui atau menggunakan *action mobile*.

4.3.3 Deskripsi Variabel Risiko

Pada variabel risiko terdapat 3 pernyataan, diantara hasil tanggapan responden di masing-masing pernyataab bisa dilihat pada Tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 6
Deskripsi Variabel Risiko

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-rata	Rerata
R1	3	6	35	47	9	3,52	3,21
R2	13	27	28	29	3	2,82	
R3	8	8	43	30	11	3,28	
Total	24	44	103	106	23	9,62	

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan pada variabel risiko ini adalah 3,2 dengan jumlah Setuju (4) yang terbanyak yaitu 106 tanggapan, kemudian Netral (3) dengan total 103 tanggapan, setelah itu tanggapan Tidak Setuju (2) dengan total 44 tanggapan, kemudian tanggapan Sangat Tidak Setuju (1) dengan total 24 tanggapan, dan yang terakhir itu tanggapan yang paling sedikit Sangat Setuju (5) dengan total tanggapan sebanyak 23. Adapun jumlah rata-rata tertinggi dari 3 pernyataan variabel risiko adalah pernyataan yang pertama “Transaksi dengan menggunakan *Action Mobile* memiliki keamanan yang cukup” dengan rata-rata 3,52 sedangkan yang terendah itu adalah pernyataan kedua “Saya pernah mengalami kerugian saat menggunakan *Action Mobile*”. Dengan rata-rata 2,79. Hal tersebut

dikarenakan para pengguna *action mobile* pernah mengalami kerugian yang disebabkan oleh kesalahan pribadi si pengguna ataupun kesalahan dari sistem aplikasi *action mobile* yang merugikan si pengguna baik secara finansial ataupun waktu.

4.3.4 Deskripsi Variabel Pengguna

Pada variabel pengguna terdapat 3 pernyataan, diantaranya hasil tanggapan responden di masing-masing pernyataan bisa dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Deskripsi Variabel Pengguna

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-rata	Rerata
Y1	0	0	11	37	52	4,41	4,33
Y2	0	2	10	29	59	4,45	
Y3	0	3	21	34	42	4,15	
Total	0	5	42	100	153	13,041	

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan pada variabel pengguna adalah 4,33 dengan jumlah Sangat Setuju (5) terbanyak yaitu 153 tanggapan, kemudian Setuju (4) dengan total 100 tanggapan, setelah itu tanggapan Netral (3) dengan total 42 tanggapan, dan tanggapan Tidak Setuju (2) dengan total 5 tanggapan, yang terakhir adalah tanggapan Sangat Tidak Setuju (1) dengan total 0 tanggapan. Adapun jumlah rata-rata tertinggi dari 3 pernyataan variabel pengguna adalah pada pernyataan kedua yaitu “Saya lebih memilih menggunakan *Action Mobile* dibandingkan ke ATM atau ke kantor Cabang” dengan rata-rata 4,45 sedangkan terendah adalah pernyataan ketiga yaitu “Saya

menggunakan *Action Mobile* untuk melakukan berbagai jenis transaksi keuangan” dengan nilai rata-rata 4,15. Hal tersebut dikarenakan tidak semua para pengguna *action mobile* melakukan semua jenis transaksi yang tersedia di *action mobile*, tetapi beberapa pengguna *action mobile* menggunakan aplikasi *action mobile* hanya sekedar melakukan transaksi pengiriman dana ataupun pengecekan saldo.

4.4 Uji Instrumen

4.4.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghazali 2009). Suatu instrument penelitian yang valid mempengaruhi validitas yang tinggi, sebaliknya apabila suatu instrumen penelitian yang kurang valid akan mempengaruhi validitas yang rendah. Suatu tes dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya tes tersebut. Sebaliknya suatu tes menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan diadakannya pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas yang rendah. Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel penelitian memuat 13 pernyataan yang harus dijawab oleh 100 responden.

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan r hitung (*Pearson Correlation*) dengan r tabel. Pernyataan atau instrumen dalam kuesioner baru dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel. Hasil uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Kepercayaan (X_1)

Tabel 4. 8
Hasil Uji Validitas Variabel X_1

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Kepercayaan (X_1)	Pertanyaan 1	0,780	0,196	Valid
	Pertanyaan 2	0,880		Valid
	Pertanyaan 3	0,804		Valid

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2025)

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai yang didapatkan pada pernyataan 1 hingga pernyataan 3 adalah valid dikarenakan nilai r hitung $>$ r tabel. Nilai r tabel yaitu 0.196 sedangkan nilai r hitung melebihi dari 5% atau 0,05. Hal ini dapat dilihat pada nilai r hitung untuk $X_{1.1}$ sebesar 0,780, nilai r hitung $X_{1.2}$ sebesar 0,880, nilai r hitung $X_{1.3}$ sebesar 0,804. Jadi dikatakan valid dikarenakan nilai r hitung $>$ r tabel.

2. Manfaat

Tabel 4. 9
Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Manfaat (X ₂)	Pertanyaan 1	0,805	0.196	Valid
	Pertanyaan 2	0,833		Valid
	Pertanyaan 3	0,747		Valid
	Pertanyaan 4	0,770		Valid

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2025)

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai yang didapatkan pada pernyataan 1 hingga pernyataan 4 adalah valid dikarenakan nilai r hitung > r tabel yaitu 0.196 sedangkan nilai r hitung melebihi dari 5% atau 0,05. Hal ini dapat dilihat pada r hitung untuk X_{2.1} sebesar 0,805, nilai r hitung X_{2.2} sebesar 0,833, nilai r hitung X_{2.3} sebesar 0,747 dan nilai r hitung X_{2.4} sebesar 0,770.

3. Risiko

Tabel 4. 10
Hasil Uji Validitas Variabel X₃

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Risiko (X ₃)	Pertanyaan 1	0,625	0.196	Valid
	Pertanyaan 2	0,813		Valid
	Pertanyaan 3	0,855		Valid

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2025)

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai yang didapatkan pada pernyataan 1 hingga pernyataan 4 adalah valid

dikarenakan nilai r hitung $>$ r tabel yaitu 0.196 sedangkan nilai r hitung melebihi dari 5% atau 0,05. Hal ini dapat dilihat pada r hitung untuk $X_{3.1}$ sebesar 0,625, nilai r hitung $X_{3.2}$ sebesar 0,813, nilai r hitung $X_{2.3}$ sebesar 0,855.

4. Pengguna (Y)

Tabel 4. 11
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Pengguna (Y)	Pertanyaan 1	0,756	0.196	Valid
	Pertanyaan 2	0,791		Valid
	Pertanyaan 3	0,773		Valid

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2025)

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai yang didapatkan pada pernyataan 1 hingga pernyataan 4 adalah valid dikarenakan nilai r hitung $>$ r tabel yaitu 0,165 sedangkan nilai r hitung melebihi dari 5% atau 0,05. Hal ini dapat dilihat pada r hitung untuk $Y.1$ sebesar 0,756, nilai r hitung $Y.2$ sebesar 0,791, nilai r hitung $Y.3$ sebesar 0,773.

Berdasarkan tabel beserta uraian diatas dapat disimpulkan bahwa dari 13 pernyataan pada empat variabel penelitian secara keseluruhan valid dengan nilai *corrected item-total correlation* atau disebut juga dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel (r hitung $>$ r tabel).

4.4.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 12
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Cornbach's Alpha	Keterangan
1	Kepercayaan (X_1)	3	0,761	Reliabel
2	Manfaat (X_2)	4	0,796	Reliabel
3	Risiko (X_3)	3	0,655	Reliabel
4	Pengguna (Y)	3	0,660	Reliabel

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2025)

Cronbach's Alpha melebihi *Alpha*. Karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan/pertanyaan dalam insteumen yang digunakan dapat dinyatakan reliabel.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Uji normalitas berfungsi untuk menguji data variabel bebas pada variabel terikat apakah memiliki distribusi yang normal atau tidak terhadap model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk menguji apakah data distribusi normal atau tidak, dalam penelitian ini menggunakan uji dengan *One Sample Kolomogrov Smirnov*. Berikut pengujian *One Sample Kolomogrov Smirnov Test* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 13
One Sample Kolomogrov Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.56129523
Most Extreme Difference	Absolute	.075
	Positive	.039
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.177 ^c

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

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2025)

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan uji *One Sample Kolomogrov Smirnov* diatas, dapat dilihat nilai asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.177 atau lebih dari 0,05 dan dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal, maka asumsi normalitas untuk data penelitian ini terpenuhi.

4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolonearitas bertujuan untuk menguji apakag dalam model regrsi ditentukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik dan layak digunakan adalah model yang terhindar dari korelasi antara variabel bebas. Hasil pengujian multikolonieritas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.14.

Tabel 4. 14
Uji multikolonieritas

Model	Colinerity Statistic	
	Tollerance	VIF
Kepercayaan (X1)	.704	1.420
Manfaat (X2)	.720	1.389
Risiko (X3)	.972	1.029

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2025)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat model regresi bebas dari multikolonieritas, hal ini dapat dilihat dari nilai tolerance baik dari variabel Kepercayaan (X1) yang memiliki nilai sebesar 0,704, pada variabel manfaat (X2) dengan nilai sebesar 0,720 dan pada variabel Risiko (X3) memiliki nilai sebesar 0,972. Hal ini memperlihatkan bahwa setiap variabel mempunyai nilai tolerance lebih besar dari 0,10 ($>0,10$). Sedangkan VIF pada variabel Kepercayaan (X1) sebesar 1.420, pada variabel Manfaat (X2) memiliki nilai sebesar 1.389 dan pada variabel Risiko (X3) memiliki nilai sebesar 1.029, sehingga hal ini memperlihatkan bahwa nilai VIF dari setiap variabel lebih kecil dari 10 (<10). Maka dari data atau nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terbebas atau tidak terjadinya multikolinieritas.

4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Dikatakan suatu model regresi yang baik jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, yang disebut homoskedastisitas.

Sedangkan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan uji *gletser*.

Tabel 4. 15
Uji Heteroskedastisitas

Coefficients			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	1.954	.054
	Kepercayaan	-1,570	.120
	Manfaat	.601	.550
	Risiko	-.298	.766

Dependent Variabel: ABS_RES

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2025)

Pada tabel 4.15 diketahui nilai signifikansi variabel Kepercayaan sebesar $0,120 > 0,05$, variabel Manfaat sebesar $0,550 > 0,05$ dan variabel Risiko sebesar $0,766 > 0,05$ sehingga H_0 tidak dapat ditolak dan dapat disimpulkan bahwa data penelitian tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.6 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel Kepercayaan (X_1), Manfaat (X_2) dan Risiko (X_3) terhadap keputusan penggunaan *Action Mobile* dengan menggunakan SPSS, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 16
Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefecient		Standardized Coefecient	Sig
	B	Std Error	Beta	
Constant	5.965	1.533		0,000
Kepercayaan (X1)	0,137	0,040	0,283	0,001
Manfaat (X2)	0,252	0,038	0,536	0,000
Risiko (X3)	0,111	0,032	0,241	0,001

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat diketahui bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 5,965 yang berarti apabila variabel Kepercayaan, Manfaat dan Risiko bernilai 0 Maka variabel Keputusan Penggunaan *Action Mobile* akan bernilai 596,5%
2. Koefisien Kepercayaan (X1) sebesar 0,137 yang berarti jika variabel Kepercayaan naik sebesar 1 Satuan, keputusan penggunaan akan mengalami peningkatan sebesar 13,7%
3. Koefisien Manfaat sebesar 0,252 yang berarti jika variabel Manfaat naik sebesar 1 Satuan, maka keputusan penggunaan akan mengalami peningkatan sebesar 25,2%
4. Koefisien Risiko sebesar 0,111 yang berarti jika variabel Risiko naik sebesar 1 Satuan, maka keputusan penggunaan akan mengalami peningkatan sebesar 11,1%

4.7 Uji Hipotesis

4.7.1 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan uji parsial atau uji t melalui analisis regresi, diperoleh variabel bebas yaitu Kepercayaan (X1) Manfaat (X2) dan Risiko (X3) terhadap variabel pengguna (Y). Kriteria dari pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel berdasarkan signifikan 0,050 dan 2 sisi dengan derajat kebebasan $df = n - k - 1 = 100 - 4 - 1 = 95$ (n merupakan jumlah data dan k merupakan jumlah variabel bebas). Sehingga t tabel yang diperoleh dari tabel statistic adalah sebesar 1.984. Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_a diterima sedangkan apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_a ditolak.

Tabel 4. 17
Hasil Uji t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	8,648	0,000
	Kepercayaan	3,431	0,001
	Manfaat	6,579	0,000
	Risiko	3,431	0,001

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2025)

Dari hasil analisis menggunakan SPSS pada tabel 4.17 dapat diketahui bahwa hasil dari uji t untuk variabel Kepercayaan (X1) diperoleh t hitung sebesar 3,431 dengan nilai signifikan sebesar 0,001. Nilai signifikan $0,001 < 0,050$ dengan menggunakan signifikan (α) 0,050. Dengan demikian $t \text{ hitung} (3,431) > t \text{ tabel} (1,984)$. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *Action Mobile*.

Sedangkan Pengujian pada variabel Manfaat (X2) diperoleh t hitung sebesar 6,579 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan $0,000 < 0,050$ dengan menggunakan signifikan (α) 0,050. Dengan demikian, t hitung (6,579) > t tabel (1.984). Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara Manfaat terhadap keputusan penggunaan *Action Mobile*.

Pada pengujian variabel Risiko (X3) diperoleh t hitung sebesar 3,431 dengan nilai signifikan sebesar 0,001. Nilai signifikan $0,001 < 0,050$ dengan menggunakan signifikan (α) 0,050. Dengan demikian t hitung (3,431) > t tabel (1.984). Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara Risiko terhadap keputusan penggunaan *Action Mobile*.

Dari analisis diatas, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yaitu variabel Kepercayaan, Manfaat, Risiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *Action Mobile*.

4.7.2 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji f digunakan untuk menguji secara Bersama-sama pengaruh anantara variabel Kepercayaan (X1), Manfaat (X2), dan Risiko (X3) terhadap variabel keputusan penggunaan *Action Mobile* (Y), pengujian ini dilakukan dengan menggunakan alat uji statistic.

Metode fisher atau uji F pada tingkat kepercayaan 0,050 dengan kriteria membandingkan F hitung dengan F tabel yang dapat diketahui dengan menghitung dfl (jumlah data variabel – 1) = 3 – 1 = 2 dan df2 n – 4 – 1 = 95. Sehingga F tabel yang diperoleh sebesar

2,699. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima, apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_a ditolak secara ANNOVA^a dapat dijelaskan pada Tabel 4.18.

Tabel 4. 18
Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57.663	3	19.221	37.759	.000
	Residual	48.869	96	.509		
	Total	106.532	99			

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2025)

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 37.759 dengan nilai sig. 0,000. Hasil signifikan F $0,000 < \alpha$ (0,05), sedangkan nilai F_{tabel} pada tingkat kepercayaan α (0,05) adalah sebesar 2,699. Hal ini berarti nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($37,759 > 2,699$). Maka H_a diterima dan H_o ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kepercayaan, Manfaat, dan Risiko berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *Action Mobile*.

4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefesien determinasi (R^2) merujuk kepada kemampuan dari variabel independent (X) dalam menerangkan variabel dependen (Y). Nilai R koefesien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu. Nilai R square menurut Chin, (1998) dalam Sugiyono, (2018) dikategorikan sebagai berikut:

1. Jika nilai R square $> 0,67$ maka dikategorikan kuat

2. Jika nilai R square 0,34 – 0,67 maka dikategorikan moderat
3. Jika nilai r square 0 – 0,33 maka dikategorikan rendah

Tabel 4. 19
Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736	.541	.527	.713

Sumber: Data Diolah (2025)

Dari Tabel diatas, dapat simpulkan bahwa angka R Square (R²) sebesar 0,541 artinya 54,1% variabel dependen keputusan penggunaan dalam menggunakan Action Mobile mampu dijelaskan oleh variabel independent, yaitu: Kepercayaan, Manfaat, dan Risiko. Sedangkan sisanya sebesar 45,9% lagi dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian.

4.8 Pembahasan

4.8.1 Pengaruh Kepercayaan (X1) Terhadap Keputusan Penggunaan Action Mobile

Berdasarkan hasil pengolahan data maka didapatkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.431 > 1,984$ dengan signifikan $< 0,050$ yaitu $0,001 < 0,050$ maka kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Action Mobile pada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan Action Mobile sebesar 0,137 atau positif signifikan,

apabila variabel kepercayaan meningkat sebesar 1% Satuan maka akan meningkatkan variabel keputusan penggunaan sebesar 13.7%

Pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan Action Mobile pada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh dikarenakan nasabah menggunakan Action Mobile dapat diandalkan dalam memproses melakukan transaksi keuangan, selain itu nasabah juga merasa bahwa dalam menggunakan Action Mobile mampu melakukan transaksi sesuai dengan harapan nasabah dan tidak pernah melakukan kesalahan dalam transaksi. Rasa kepercayaan juga akan muncul dari keamanan yang diberikan oleh *Action Mobile*, sehingga nasabah akan menggunakan Action Mobile dalam jangka waktu yang panjang.

Apabila kepercayaan meningkat maka pengguna Action Mobile juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya apabila rasa percaya diri nasabah tidak sama sekali maka keputusan penggunaan Action Mobile akan turun. Sehingga rasa kepercayaan merupakan faktor penting dalam meningkatkan pengguna Action Mobile.

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

4.8.2 Pengaruh Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Action Mobile

Berdasarkan uji parsial menunjukkan bahwa variabel Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *Action Mobile* pada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6.579 > 1,984$) dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,050$. Oleh karena itu, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *Action Mobile* dapat diterima. Artinya semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh maka semakin besar pula keputusan penggunaan *Action Mobile*.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, dengan adanya manfaat, ketika menggunakan suatu produk teknologi informasi maka pengguna akan adopsi terhadap teknologi tersebut. Hadirnya *Action Mobile* menjadikan proses transaksi yang lebih efektif dan efisien karena proses pembayaran dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja, sehingga pengguna memiliki waktu luang untuk melakukan kegiatan lainnya.

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

dilakukan oleh Wardani (2024) variabel manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan BSI Mobile Bank Syariah Indonesia KCP Purwokerto Karangobar. Hal ini karena nasabah cenderung menggunakan teknologi yang menawarkan lebih banyak keuntungan, dan BSI Mobile memberikan kemudahan serta manfaat dalam transaksi perbankan.

4.8.3 Pengaruh Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Action Mobile

Berdasarkan hasil pengolahan data maka didapatkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,431 > 1,984$ dengan signifikan $< 0,050$ yaitu $0,001 < 0,050$ maka risiko mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Action Mobile pada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Pengaruh risiko terhadap keputusan penggunaan Action Mobile sebesar 0,111 Atau positif signifikan, apabila variabel risiko meningkat sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan variabel pengguna sebesar 11,1.

Hubungan antara Risiko terhadap keputusan penggunaan Action Mobile sebenarnya berbanding terbalik, karena secara keseluruhan, meskipun Action Mobile memberikan banyak manfaat, risiko-risiko ini sering kali menjadi alasan bagi nasabah untuk menghindari penggunaan layanan tersebut. Ketakutan akan kebocoran data, kesalahan sistem, dan ancaman penipuan membuat sebagian nasabah merasa lebih aman dengan menggunakan metode perbankan tradisional yang mereka anggap lebih terjamin dan lebih mudah diawasi.

Adapun yang menjadi pertimbangan nasabah terkait risiko penggunaan mobile banking adalah keamanan data pribadi, salah satu risiko yang paling dikhawatirkan oleh nasabah adalah masalah keamanan data pribadi. Mereka khawatir jika data mereka, seperti informasi rekening dan transaksi, bisa bocor atau jatuh ke tangan yang salah. Meskipun teknologi keamanan yang canggih digunakan, risiko kebocoran informasi tetap ada dan ini bisa mengurangi rasa percaya nasabah terhadap aplikasi mobile banking. Selain itu risiko sistem perusahaan, dimana nasabah juga khawatir tentang risiko terkait perusahaan yang menyediakan layanan mobile banking. Misalnya, kegagalan sistem atau kesalahan dalam aplikasi bisa berpotensi merugikan mereka secara finansial.

Hal ini diperkuat oleh (Fuad & Riza, 2024) Berdasarkan hasil penelitiannya, disimpulkan bahwa Persepsi Risiko memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan AcTion Bank Aceh di provinsi Aceh, ditemukan bahwa aplikasi tersebut tidak menghadirkan risiko spesifik yang membebani masyarakat Aceh, yang dapat meningkatkan keputusan mereka untuk melakukan transaksi pada aplikasi ini dibandingkan dengan aplikasi lain.

4.8.4 Pengaruh Kepercayaan (X1), Manfaat (X2) dan Risiko (X3) Terhadap Keputusan Penggunaan Action Mobile Pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 37.759 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,050$),

sedangkan nilai F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$) adalah sebesar 2,699. Hal ini berarti nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($37,759 > 2,699$). Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan, Manfaat dan Risiko secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap pengguna *Action Mobile* atau dengan kata lain hipotesis H_a diterima.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,541. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, Manfaat dan Risiko mempengaruhi pengguna *Action Mobile* pada kategori moderat yaitu 0,34 – 0,67 (Chin, 1988). Sedangkan sisanya 0,459, termasuk kategori moderat yaitu 0,34 – 0,67 yang dijelaskan oleh variabel yang tidak terdapat dalam penelitian seperti variabel kemudahan, kualitas layanan (Ramayani et al., 2020), keamanan (Sari & Ramadhan, 2020).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Kepercayaan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Action Mobile pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh, serta berdasarkan hasil analisis data, pembahasan, dan pengujian hipotesis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), kepercayaan (X_1) memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,050$ dengan nilai t hitung sebesar $3.431 > t$ tabel 1,984, sehingga disimpulkan bahwa kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Action Mobile pada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), manfaat (X_2) memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$ dengan nilai t hitung sebesar $6.579 > t$ tabel 1,984, sehingga dapat disimpulkan bahwa manfaat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Action Mobile pada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), risiko (X_3) memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,050$ dengan nilai t hitung sebesar $3.431 > t$ tabel 1,984, sehingga dapat disimpulkan bahwa risiko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap

keputusan penggunaan Action Mobile pada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Meskipun risiko masih dirasakan oleh mahasiswa, risiko tersebut dinilai berada dalam batas toleransi sehingga tidak menjadi penghambat.

4. Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$ dengan nilai F hitung $> F$ tabel (37.759), dan nilai R Square sebesar 0,541, yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, manfaat, dan risiko mampu menjelaskan sebesar 54,1% mempengaruhi pengguna Action Mobile pada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh, sedangkan sisanya sebesar 45,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

5.2 Saran

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

1. Bagi pihak bank, khususnya pengelola Action Mobile Bank Aceh, disarankan untuk terus meningkatkan tingkat keamanan system, perlindungan data nasabah, serta transparansi informasi guna memperkuat kepercayaan pengguna. Selain itu pengembangan fitur yang lebih inovatif dan mudah digunakan juga perlu dilakukan agar manfaat layanan semakin dirasakan oleh pengguna.
2. Bagi mahasiswa sebagai pengguna, diharapkan agar lebih meningkatkan literasi digital dan pemahaman terhadap

keputusan penggunaan mobile banking, khususnya terkait keamanan transaksi, sehingga dapat meminimalkan risiko yang mungkin terjadi dalam pengguna layanan Action Mobile.

3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian, seperti kemudahan penggunaan, kualitas layanan, kepuasan pengguna, atau faktor sosial, guna memperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan objek dan populasi yang lebih luas agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih baik.



DAFTAR PUSATAKA

- Afifah, R. (2017). Pengaruh manfaat, kemudahan, kepercayaan dan ketersediaan fitur terhadap penggunaan mobile banking bank syariah mandiri (Bachelor's thesis, UIN Syarif Hidayatullah).
- Agustin, H. (2021). Teori Bank Syariah. *Jurnal Perbankan Syariah*, 2(1), 67-83.
- Akbar, E. E. (2023). Restruktursasi Pembiayaan Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(2), 152-157.
- Alwahidin, & Prayoga Muin, J. W. (2022). Subjective Norms Are Not Important for Millennials in Determining Their Interest in Technology: TAM and TPB Models Examines. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 12(2), 143-162.
- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep). *Journal of Islamic Economics : Alkasb*, 3(2), 70-89.
- Aniq, K., & Rahayu, S. (2024). Analisis kepercayaan nasabah terhadap penggunaan layanan perbankan digital. *Junal ekonomi dan bisnis islam*. 4(3),
- Annisaa, Riayu, P., & Susanto, R. (2020). Penerapan M-Banking Dalam Meningkatkan Jasa dan Layanan Perbankan Di PT Bank pembangunan daerah sumatera barat cabang siteba.
- Antoni, G., & Lukman, H. (2024). Kemudahan penggunaan, manfaat, dan risiko, terhadap penggunaan mobile banking. *Jurnal Masharif al-Syariah*, 7(1), 3136-3147.

- Ascarya, & Yumanita, D. (2005). *Bank Syariah: Gambaran Umum*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan.
- Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat, dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking bank syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 2(2), 85–98.
- Aziz, M. A., Mukhsinin, & Lestari, N. (2022). Analisis terhadap Manfaat Penggunaan Layanan Mobile Banking Bagi Nasabah Bank Syariah Indonesia(Bsi) Kcp Gombong Kebumen. *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur*, 2(2), 219-242.
- Bank Aceh . (2024). *Sejarah Singkat*. Retrieved from Bank Aceh: <https://bankaceh.co.id/sejarah-singkat/>
- Bank Aceh. (2024). *Action Mobile Banking*. Retrieved from Bank Aceh Web Site: <https://bankaceh.co.id/action-mobile-banking/>
- Bank Aceh Syariah. (2024). *Bank Aceh*. Retrieved from Visi-Misi: <https://bankaceh.co.id/visi-misi-corporate-image/>
- Cahyaningtyas, W. A., & Witono, B. (2022). Pengaruh kepercayaan, keamanan, risiko, dan lifestyle terhadap minat dalam menggunakan layanan e-banking. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 149-159.
- Dirwan, & Latief, A. (2020). The Influence of Trust and Perceived Usefulness on Consumer Decisions to Use Mobile Banking. *Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)*, 1(2), 149-156.
- Fatriani, R. (2018). Bentuk-bentuk Produk Bank Konvensional dan Bank Syariah di Indonesia. *Ensiklopedia of Journal*, 1(1), 218-224.

- Fauzi, A., & Suryani. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, dan Kemanfaatan terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking pada Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)*, 5(1), 311–318.
- Fernos, J., & Alfadino, M. (2021). Pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan Mobile Banking pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatra Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(2), 115-125.
- Finannafi'ah, K., & Witono, B. (2022). Pengaruh kemudahan, risiko, manfaat dan kenyamanan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 172-182.
- Firnanda, M. A., & Asnawati. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Brand Image, Brand Trust terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ojek Online Go-Jek di Samarinda. *SNMEB (Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi Bisnis)*, 1(1), 407-413
- Fitriati, A., Ardiani, C., Parmono, H., Pratama, B. C., & Mudjiyanti, R. (2022). Investigating The Determinants of Mobile Banking Usage. *Proceedings of the 3rd International Conference of Business, Accounting, and Economics, ICBAE*.
- Fuad, A., & Riza, A. (2024). Persepsi Risiko Mempengaruhi Keputusan Untuk Menggunakan Action Mobile. *JIMEBIS – Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 96-103.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hamid, & Kismawadi. (2020). Pengaruh kepercayaan, keamanan, manfaat, dan kemudahan terhadap penggunaan mobile banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 45-56.
- Hasibuan, A. N., & Nofinawati. (2021). *Pemahaman Masyarakat Kota Padangsidimpuan Tentang Produk Perbankan Syariah*. Tulungagung: Akademia Pustaka.
- Hendri, J. (2020). Pengaruh Keamanan, Resiko, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking. *Tesis Diploma, Repository Iain Bengkulu*.
- Hernandez, A., & David, F. (2022). Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Dalam Transaksi Sehari-hari. *Jurnal Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 6(1), 17-32.
- Hidayat, A., & Nugroho, L. (2020). Fenomena Digitalisasi Perbankan Syariah: Tantangan dan Strategi ke Depan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 188-194.
- Ichsan, N., & Nasution, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah pada Pengguna Mobile Banking Mandiri Syariah. *Repository UIN Sumatera Utara*.
- Ichsan, R. N., & Nasution, L. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Daya Guna Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mandiri Online Pada PT. Bank mandiri (persero) kcp gatot subroto. 3(2), 109-116.
- Ichsani, E., & Ratmono. (2021). Pengaruh Persepsi Teknologi dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking BRI Konvensional (Studi Pada Mahasiswa FEB UM Metro). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(4), 896-906.
- Iriani, A. F. (2018). Minat nasabah dalam penggunaan mobile banking pada nasabah Bank Syariah Mandiri kota Palopo.

DINAMIS- Journal of Islamic Management and Bussines, 1(2), 99-111.

- Iskandar, N. A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Pesepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Nasabah Bank Syariah Indonesia Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Repository UIN Palopo*
- Jamilah, Z., & Hadi, M. (2018). Pengaruh Words Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Di Spencer Salon Cabang Soekarno Hattamalang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 171–176.
- Joni, Yulianti, R., & Hamdiah, C. (2022). engaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Banda Aceh). *Serambi Konstruktivis*, 4(2), 56–63.
- Kamila, T. P., & Rahayu, Y. S. (2024). Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada Mahasiswa Di Kota Malang. *An-Nisbah : Jurnal Perbankan Syariah*, 5(1), 49-61.
- Khalifah, I. R., Triwardhani, D., & Syarief, N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia pada Mahasiswa di Kota Depok. *Journal of Economics and Business (JECOB)*, 4(1), 40-50.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020 : 219). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurnialis, S., Uliya, Z., Fitriani, Aulasiska, M., & Nizam, M. s. (2022). Perkembangan Perbankan Syariah Di Negara Muslim. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 101-111.

- Liu, T. S., Lubis, T. A., & Zulkifli. (2025). Pengaruh kemudahan, Manfaat, Kesiediaan fitur Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi). *Jurnal Dinamika Manajemen* , 13(1), 64-77.
- Lumbantoruan, D. M. (2023). Pengaruh Manfaat dan Kemudahan Pengguna Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika (JBBE)*, 16(2), 394-399.
- Maulidiyah, S. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kesiesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri Di Surabaya. *Repository Universitas Hayam Wuruk Perbanas*.
- Mentayani, & Rusmanto. (2019). Pengaruh Teknologi Informasi Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 9(2), 50-68
- Meriza, A. T., Noor, M., & Habibburahman. (2019). Analisis Perilaku Nasabah Dengan Adanya Layanan Mobile Banking Di Bank Sinarmas Teluk Betung Lampung. *Jurnal Visionist*, 8(1), 9-14.
- Mu'asiroh, L. R., & Darwanto. (2021). Analisis Penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2), 155-178.
- Mukhtisar, Ridla Tarigan, I. R., & Evriyenni. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksimenggunakan Mobile Bankingstudi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Uleekareng Banda Aceh). *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 56-72.

- Nandavita, Y. A. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Risiko Menggunakan Layanan E-Banking. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 2-17.
- Nanjundeswaraswamy, T., & Divakar, S. (2021). Determination Of Sample Size and Sampling Methods In Applied Research. *Proceedings on Engineering*, 3(1), 25–32.
- Nilasari, A., & Ismunawan. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan, Risk Based Capital, Ukuran Perusahaan Dan Makroekonomi Terhadap Financial Distress. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10(2), 146–161.
- Ningrum, R. (2020). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu (Doctoral dissertation, IAIN Palu). *Repository IAIN Palu*.
- Nofitasari. (2017). Analisis Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Resiko terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank syariah di Surakarta: Studi kasus Pada mahasiswa IAIN SuarakartaFakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. *Repository IAIN Surakarta*.
- Nurdin, Musyawarah, I., Nurfitriani, & Jalil, A. (2020). Pengaruh pelayanan Mobile Banking terhadap kepuasan nasabah (studi pada mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(1) 87-104.
- Nursiah, Ferils, M., & Kamarudin, J. (2022). Analisis minat menggunakan mobile banking. *Jurnal: Akuntansi*, 8(1), 91-100.
- OJK. (2018). Retrieved from https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/417_Perbankan4a%20mudah%20dan%20aman%20den

gan%20internet%20banking%20dan%20mobile%20banking_2018_small.pdf

- Patrik, J., & Lady. (2022). Faktor yang Mempengaruhi untuk Menggunakan Mobile Banking dari Internet Banking Terhadap Penggunaan Konsumen Perbankan di Indonesia. *Journal of Management & Business*, 5(1), 284-299.
- Prakosa, A. (2019). Analisis pengaruh persepsi teknologi dan persepsi risiko terhadap kepercayaan pengguna m-banking. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 270-282.
- Pratama, A. B., & Suputra, I. G. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27(2), 927 - 953.
- Pratama, Y., & Widodo, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, 7(1), 311-318.
- Putra, K. W., & Lasmi, N. W. (2024). Optimalisasi Pengelolaan Keuangan: Analisis Persepsi Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan pada Minat Nasabah Menggunakan Layanan M-Banking. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 55-60.
- Rahmah, F. K., Hartiyah, S., & Trihudyatmanto, M. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko, Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(2), 237-251.
- Ramayani, Kismawadi, E. R., & Hamid, A. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1), 1-16.

- Ratmono, & Septiana, N. (2021). Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking Bri Konvensional: Studi Pada Mahasiswa Feb Um Metro. *Jurnal Manajemen*, 15(2), 294-305.
- Rianita, G., & Fasa, M. I. (2024). Analisis Manfaat Penggunaan Mobile Banking Sebagai Alat Tukar. *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1(3), 7647-7652.
- Rivai, A. (2020). Poduk Jasa Pada Bank Syariah dan Aplikasinya. *Jurnal Waraqat*, 5(2), 146-170.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, 3(2), 699-711.
- Roza, N. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Enterprise Risk Management Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei). Repository UNIMAL.
- Sari, I. P., & Ramadhan, M. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, 6 (3), 430-436.
- Sari, S. P., & Cristiana, S. (2021). Penerapan Model ATAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Masa Pandemi Berbasis Data Google Trends. *Seminar Nasional & Call For Paper*, 1(1), 698-706.

- 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 Model (TAM). *Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Islam*, 3(1), 14 -31.
- Sharma, S. K., & Sharma, M. (2019). Examining the role of trust and quality dimensions in the actual usage of M-banking services: An empirical investigation. *International Journal of Information Management*, 44(C), 65-75.
- Sihotang, L., & Hudi, I. (2023). Penerapan M-Banking Dalam Meningkatkan Jasa, Layanan Perbankan di Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pekanbaru Sudirman. *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 4(1), 106-114.
- Simangunsong, R. M., & Morina. (2021). Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Hkbp Nommensen Medan. *JISPOL : Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(2), 131-149.
- Sri Amanda, Hairunnisa, Ratna. (2023). Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi di Bank Syariah (studi kasus BSI KCP Indralaya). *Jurnal La Riiba*, 17(1), 37-53.
- Styarini, F., & Riptiono, S. (2020). Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank BRI di Kantor Cabang Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2 (4), 2(4), 503-513.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kualitatif. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

- Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukmawati, D. M. (2020). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Manfaat Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bri Syariah Cabang Kediri. *Repository UIN Tulungagung*
- Susanto, I., Mukri, M., Bahrudin, M., & Hanif. (2022). Efektivitas dan Risiko Penggunaan M-Banking pada Bank Syariah Indonesia Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan*, 3(2), 161-170.
- Tanuwijaya, A., & Arifin, A. Z. (2023). Persepsi Risiko Pada Penggunaan M-Banking Dalam Layanan Perbankan D Indonesia. *Jurnal Distribusi*, 11(2), 165-180.
- Utami, & Wida. (2023). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan BSI (Bank Syariah Indonesia) Mobile. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 7(1), 1-22.
- Utami, F. N., Yossinomita, & Rahayu, N. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Continuance Intention to Use Mobile Banking dengan Trust sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Aplikasi Bank Jambi Mobile. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(1), 57-67.
- Wangsanegara, J. I., Susilawati, C. E., & Kristyanto, V. S. (2024). Persepsi Nasabah terhadap Aplikasi M-Banking pada Bank Swasta dan Bank Pemerintah. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 772-780.
- Wardani, A. K. (2024). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, Manfaat, dan Keamanan Nasabah Terhadap Minat Dalam

Menggunakan Aplikasi BSI Mobile Untuk Pembayaran E-Commerce. *Repository UIN Saizu Purwokerto*

Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. B. (2017). Pengaruh persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal Ofmanagement*, 6(4), 1-7.



LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Peneleitian

Variabel Kepercayaan (X ₁)						
No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa <i>Action Mobile</i> dapat diandalkan dalam memproses melakukan transaksi keuangan					
2	Saya percaya pihak bank akan selalu memperhatikan kondisi nasabahnya.					
3	Saya percaya bahwa <i>Action Mobile</i> menjaga kerahasiaan data pribadi saya					

Variabel Manfaat (X ₂)						
No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya dapat melakukan transaksi keuangan dengan lebih mudah menggunakan <i>Action Mobile</i>					
2	<i>Action Mobile</i> memungkinkan saya melakukan transaksi tanpa mengganggu aktivitas utama saya					
3	<i>Action Mobile</i> membantu saya menghemat waktu dibandingkan harus datang ke bank.					
4	Saya dapat mengatur dan memantau keuangan pribadi saya					

	dengan lebih baik berkat <i>Action Mobile</i>					
--	---	--	--	--	--	--

Variabel Risiko (X ₃)						
No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1	Transaksi dengan menggunakan <i>Action Mobile</i> memiliki keamanan yang cukup					
2	Saya pernah mengalami kerugian saat menggunakan <i>Action Mobile</i> .					
3	Saya menyadari adanya risiko jika menggunakan <i>Action Mobile</i>					

Variabel Pengguna (Y)						
No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya dapat menyelesaikan transaksi melalui <i>Action Mobile</i> dalam waktu singkat.					
2	Saya lebih memilih menggunakan <i>Action Mobile</i> dibandingkan ke ATM atau ke kantor Cabang					
3	Saya menggunakan <i>Action Mobile</i> untuk melakukan berbagai jenis transaksi keuangan					

Lampiran 2: Data Tabulasi Kuesioner Penelitian

NO	KEPERCAYAAN (X1)			MANFAAT (X2)				RISIKO (X3)			PENGUNAAN (Y)		
	P1	P2	P3	P1	P2	P3	P4	P1	P2	P3	P1	P2	P3
1	2	3	4	3	4	4	3	3	2	3	4	4	4
2	4	2	2	3	2	4	4	3	3	4	4	5	4
3	5	5	5	3	3	3	2	3	4	3	3	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5
6	4	3	4	5	5	5	5	4	2	3	5	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
8	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	5	4
9	4	4	4	2	4	5	5	5	5	5	2	3	4
10	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3
11	3	4	4	4	4	3	5	4	3	3	4	4	4
12	3	4	5	4	4	5	5	5	1	3	5	4	5
13	4	4	5	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4
14	4	4	4	4	5	5	4	4	2	3	4	4	5
15	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5	5	3
16	4	4	4	3	3	5	3	3	2	3	3	5	5
17	4	4	4	5	3	3	3	4	2	3	4	5	3
18	5	4	5	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4
19	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
21	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

24	3	3	3	3	4	5	5	5	3	1	5	5	4
25	3	3	2	5	5	5	5	5	1	4	5	5	5
26	5	4	5	3	2	3	2	4	3	4	4	3	3
27	4	3	4	3	4	5	4	5	2	3	4	5	3
28	4	3	4	5	4	4	5	4	2	4	4	2	4
29	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	3	5
30	3	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
31	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	3	3	2
34	5	3	4	2	3	3	2	3	2	3	3	2	1
35	4	4	5	4	5	5	5	5	2	3	5	5	3
36	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
37	4	3	5	5	4	5	5	2	5	5	4	2	4
38	5	3	2	5	4	5	5	5	1	3	5	5	5
39	4	4	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
40	4	4	4	5	5	5	4	3	3	4	5	3	2
41	4	3	3	5	5	5	4	4	2	4	5	5	5
42	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4
43	4	3	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5
44	4	3	3	5	5	5	5	5	2	2	5	4	5
45	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5
46	5	4	4	5	4	4	5	4	3	3	5	4	4
47	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4
48	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
49	3	3	3	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4
50	3	2	3	5	5	4	5	3	2	5	4	4	2

51	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	5	5	5
52	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3
53	4	4	4	4	5	4	4	3	2	5	5	5	4
54	1	1	5	4	4	4	4	4	3	3	5	3	4
55	5	4	4	4	3	5	3	4	3	5	4	5	3
56	4	3	4	4	4	5	4	3	2	4	3	5	5
57	4	3	4	4	5	5	4	3	3	3	5	5	5
58	5	3	4	5	5	5	4	4	2	2	5	5	5
59	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	3
60	5	5	5	4	5	5	3	4	2	4	5	5	3
61	2	5	5	4	5	5	4	4	3	3	5	5	3
62	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	3	5	2
63	4	5	5	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4
64	3	5	5	3	4	5	3	3	3	4	4	4	4
65	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4
66	5	5	5	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
67	4	3	3	5	5	5	5	2	2	2	5	5	3
68	5	4	4	5	5	5	5	1	3	2	4	5	5
69	4	5	5	5	5	5	4	1	1	1	5	5	5
70	5	4	5	4	5	5	4	1	1	1	5	5	3
71	5	5	5	4	5	5	4	1	1	1	5	5	5
72	4	3	3	5	5	5	3	3	2	1	5	5	3
73	4	4	5	5	5	5	5	3	1	1	5	5	5
74	5	4	5	5	5	4	4	3	2	1	4	4	4
75	5	4	5	5	5	5	5	2	2	3	3	3	3
76	4	3	3	5	5	5	5	3	1	1	5	5	5
77	5	5	5	5	5	5	5	3	1	1	5	5	5

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

Lampiran 3: R Tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1655	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 4: Hasil Uji Validasi

1. Kepercayaan

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X_Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.552**	.383**	.780**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.552**	1	.602**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.383**	.602**	1	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
X_Total	Pearson Correlation	.780**	.880**	.804**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

2. Manfaat

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2_Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.613**	.382**	.487**	.805**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.613**	1	.585**	.447**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.382**	.585**	1	.471**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.487**	.447**	.471**	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
X2_Total	Pearson Correlation	.805**	.833**	.747**	.770**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

3. Risiko

		Correlations			
		X3.1	X3.2	X3.3	X3_Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.204*	.324**	.625**
	Sig. (2-tailed)		.042	.001	.000

	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.204*	1	.608**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.042		.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.324**	.608**	1	.855**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100
X3_Total	Pearson Correlation	.625**	.813**	.855**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

4. Penggunaan

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y_Total
Y.1	Pearson Correlation	1	.465**	.347**	.756**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.465**	1	.383**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.347**	.383**	1	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Y_Total	Pearson Correlation	.756**	.791**	.773**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas

1. Kepercayaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.761	3

2. Manfaat

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.796	4

3. Risiko

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.655	3

4. Penggunaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.660	3

Lampiran 6. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.56129523
Most Extreme Difference	Absolute	.075
	Positive	.039
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.177 ^c

Lampiran 7: Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Colinerity Statistic	
	Tollerance	VIF
Kepercayaan (X1)	.704	1.420
Manfaat (X2)	.720	1.389
Risiko (X3)	.972	1.029

Lampiran 8: Uji Heteroskedastisitas

Coefficients			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	1.954	.054
	Kepercayaan	-1,570	.120
	Manfaat	.601	.550
	Risiko	-.298	.766

Lampiran 9: Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefecient		Standardized Coefecient	Sig
	B	Std Error	Beta	
Constant	5.965	1.533		0,000
Kepercayaan (X1)	0,137	0,040	0,283	0,001

Manfaat (X2)	0,252	0,038	0,536	0,000
Risiko (X3)	0,111	0,032	0,241	0,001

Lampiran 10: Uji Parsial (Uji t)

Model		t	Sig.
1	(Constant)	8,648	0,000
	Kepercayaan	3.431	0,001
	Manfaat	6.579	0,000
	Risiko	3.431	0,001

Lampiran 11: Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57.663	3	19.221	37.759	.000
	Residual	48.869	96	.509		
	Total	106.532	99			

Lampiran 12: T Tabel

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

Lampiran 13: F Tabel

$\alpha =$ 0,05	$df_1=(k-1)$							
$df_2=(n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032



RIWAYAT HIDUP

Nama : Muhammad Habibul Adzkia
NIM : 200603073
Tempat/ Tgl. Lahir : Tapaktuan, 14 Maret 2002
Status : Mahasiswa
Alamat : Jl. T. Ben Mahmud, Lhok Keutapang, Kec.
Tapaktuan, Kab. Aceh Selatan
No. Hp : 082267693408
Email : 200603073@student.ar-raniry.ac.id

Riwayat Pendidikan

1. MIN 14 Aceh Selatan : 2014
2. MTSN 3 Aceh Selatan : 2017
3. SMAN 1 Tapaktuan : 2020
4. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Data Orang Tua

Nama Ayah : Drs. Yulizar Yunus
Pekerjaan : Pensiunan
Nama Ibu : Karimah
Pekerjaan : IRT
Alamat Orang tua : Jl. T. Ben Mahmud, Lhok Keutapang, Kec.
Tapaktuan, Kab. Aceh Selatan