

SKRIPSI

**PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT DAN KEPUASAN
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN AGEN
BSI SMART PADA MASYARAKAT KECAMATAN
KUTA BARO, ACEH BESAR**



Disusun oleh:

**VINATUL MUNA
NIM. 220603069**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2026 M/1448 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Vinatul Muna

NIM : 220603069

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 Banda Aceh. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 31 Juli 2026

Yang Menyatakan



EB12CAOX119617111

Vinatul Muna

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

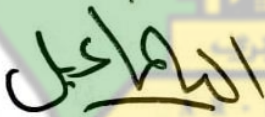
Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Kepuasan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Agen BSI Smart Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar

Disusun Oleh:

Vinatul Muna
NIM: 220603069

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



Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A
NIP. 198310282015031001

Pembimbing II



Akmal Riza, S.E, M.Si.
NIP. 198402022023211023

Mengetahui,
Ketua Prodi,



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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI
Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Kepuasan Terhadap
Minat Menggunakan Layanan Agen BSI Smart Pada
Masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar

Vinatul Muna
NIM: 220603069

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: Rabu, 12 Agustus 2026 M
28 Safar 1448 H

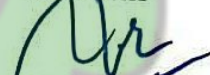
Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua



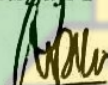
Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A
NIP. 198310282015031001

Sekretaris



Akmal Riza, S.E, M.Si.
NIP. 198402022023211023

Penguji I



Riza Aulia, M.Sc.
NIP. 1988013082018031001

Penguji II



Ismail Nura, M.E.
NIP. 199506052025051004

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


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



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Vinatul Muna

NIM : 220603069

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan
Syariah

E-mail : 220603069@student.ar-raniry.ac.id

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

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi

Yang berjudul : Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Kepuasan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Agen BSI Smart Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar

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

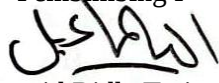
Pada tanggal : 31 Juli 2026

Mengetahui

Penulis


Vinatul Muna
NIM. 220603069

Pembimbing I


Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A
NIP.198310282015031001

Pembimbing II


Akmal Riza, S.E, M.Si.
NIP.198402022023211023

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Kepuasan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Agen BSI Smart Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar”**. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu upaya dalam menyampaikan dan mengamalkan sunnah beliau melalui pengembangan khazanah ilmu pengetahuan. Penyusunan skripsi ini dilalui dengan berbagai proses dan tantangan, sehingga tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam bentuk moral maupun material. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat dan memberikan kontribusi, baik dalam lingkup akademik maupun nonakademik.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

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

2. Dr. Nevi Hasnita S.Ag., M.Ag dan Ana Fitria, S.E., M.Sc, RSA selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar- Raniry Banda Aceh.
3. Hafizh Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Ismail Rasyid Ridla Tarigan, MA selaku pembimbing I dan Akmal Riza, S.E, M.Si selaku pembimbing II yang telah banyak membantu penulis, dalam banyak hal dalam penulisan skripsi ini dan juga pengarahan yang sangat baik berupa saran dan bimbingan terhadap skripsi ini.
5. Evy Iskandar, S.,M.Si.,AK.,CA.,CPA selaku Pembimbing Akademik (PA), serta seluruh dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh yang banyak berjasa dalam perjalanan penulis selama menjadi mahasiswa.
6. Selanjutnya, penulis mengucapkan ribuan rasa terima kasih kepada kedua orang tua penulis, ayahanda Ibrahim dan ibunda Nurbaiti atas dukungan dan doa yang telah diberikan selama penulis menempuh pendidikan hingga penyelesaian skripsi ini. Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih kepada kakak, Veni Yolanda A.Md.Kep., Nurul Melisa, S.Pd., dan juga kepada abang, Muhammad David, S.E., Dedy Feriyanda, S.Pd., serta seluruh keluarga besar Family Salim juga untuk Nona Agustria, S.TP., yang telah memberikan dukungan dan perhatian kepada penulis selama proses perkuliahan maupun penyusunan skripsi berlangsung. Berbagai bentuk dukungan yang diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, turut membantu penulis dalam menyelesaikan pendidikan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
7. Selanjutnya kepada sahabat serta teman-teman seangkatan Perbankan Syariah yang telah memberikan bantuan dan

dukungan dalam penyelesaian skripsi ini terutama untuk Siti 'Asyirah, S.E. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Semoga segala bantuan, doa, dan dukungan yang diberikan menjadi amal kebaikan serta memperoleh balasan pahala yang setimpal. Kepada kesayangan penulis, Gio, Cocoa, dan Bobo, terima kasih telah hadir dan menemani penulis dalam berbagai keadaan, baik di saat senang maupun sedih. Meskipun tidak dapat memahami setiap proses yang penulis lalui, kehadiran kalian telah menjadi teman yang selalu menemani dan memberikan kebahagiaan selama penyusunan skripsi ini.

8. Terakhir, ini yang paling penting diatas segalanya penulis mengucapkan beribu-ribu rasa terima kasih kepada diri sendiri Vinatul Muna, S.E., sebelum itu selamat atas gelarnya yang sudah kamu usahakan dan tunggu selama empat tahun ini, selamat atas segala usaha, kesabaran, dan tanggung jawab dalam menyelesaikan setiap proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini yang pada akhirnya berbuah hasil yang memuaskan. Terima kasih karena telah bertahan dan tidak menyerah dalam menghadapi berbagai tantangan selama proses tersebut. Meskipun tidak selalu berjalan dengan mudah, setiap langkah yang telah dilalui akan menjadi bagian paling penting untuk pengalaman dan pembelajaran yang paling berharga. Semoga pencapaian ini menjadi awal yang baik untuk terus berkembang dalam menghadapi setiap kesempatan yang pasti akan datang kembali di masa depan nanti.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sebagai balasan atas segala bantuan yang telah diberikan. Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah

membantu, serta berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 31 Juli 2026
Penulis,



Vinatul Muna



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

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

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	‘
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau 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 / يَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

- a. *Ta marbutah* (ة) hidup

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

- b. *Ta marbutah* (ة) mati

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

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al,

serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl*

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

طَلْحَة : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

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

ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Vinatul Muna
NIM : 220603069
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kemudahan, Manfaat dan Kepuasan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Agen BSI Smart Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar
Pembimbing I : Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.
Pembimbing II : Akmal Riza, S.E, M.Si.

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi layanan perbankan menuju sistem digital, termasuk melalui layanan branchless banking berupa Agen BSI Smart. Meskipun berbagai layanan perbankan digital telah tersedia, masyarakat Kecamatan Kuta Baro masih menunjukkan minat yang tinggi dalam menggunakan layanan Agen BSI Smart. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, manfaat dan kepuasan terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan *probability sampling* dengan jenis *random sampling* dengan sampel penelitian yang berjumlah 400 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan variabel kemudahan, manfaat, dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart.

Kata Kunci: Kemudahan, Manfaat, Kepuasan, Minat Menggunakan, Agen BSI Smart.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	Err
or! Bookmark not defined.	
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	16
2.2 Kemudahan	17
2.2.1 Pengertian Kemudahan	17
2.2.2 Indikator Kemudahan	18
2.3 Manfaat	19
2.3.1 Pengertian Manfaat	19
2.3.2 Indikator Manfaat	20
2.4 Kepuasan	21
2.4.1 Pengertian Kepuasan	21
2.4.2 Indikator Kepuasan	22
2.5 Minat Menggunakan	23
2.5.1 Pengertian Minat Menggunakan	23
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat	24
2.5.3 Indikator Minat Menggunakan	25

2.6 Bank Syariah	26
2.6.1 Pengertian Bank Syariah	26
2.6.2 Tujuan Bank Syariah	28
2.6.3 Fungsi Bank Syariah.....	28
2.6.4 Produk dan Jasa Bank Syariah	31
2.7 Bank Syariah Indonesia	32
2.7.1 Pengertian Bank Syariah Indonesia.....	32
2.7.2 Produk Dan Layanan Bank Syariah Indonesia	34
2.8 BSI SMART	35
2.8.1 Pengertian BSI Smart	35
2.8.2 Tujuan BSI Smart	36
2.8.3 Persyaratan Menjadi Agen BSI Smart.....	36
2.9 Penelitian Terdahulu.....	38
2.10 Kerangka Berfikir	53
2.11 Pengembangan Hipotesis.....	54
2.11.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan layanan Agen BSI Smart	55
2.11.2 Pengaruh Manfaat Terhadap Minat Menggunakan layanan Agen BSI Smart	55
2.11.3 Pengaruh Kepuasan Terhadap Minat Menggunakan layanan Agen BSI Smart	56
BAB III METODE PENELITIAN.....	58
3.1 Jenis Penelitian	58
3.2 Lokasi Penelitian	58
3.3 Populasi dan Sampel.....	59
3.3.1 Populasi	59
3.3.2 Sampel	59
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	61
3.4.1 Sumber Data	61
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	62
3.5 Skala Pengukuran	63
3.6 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	63
3.6.1 Variabel Dependen (Y).....	63
3.6.2 Variabel Bebas (X).....	64
3.7 Metode Analisis Data	66
3.8 Uji Instrumen Penelitian.....	66
3.8.1 Uji Validitas.....	66
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	67

3.9 Uji Asumsi Klasik	67
3.9.1 Uji Normalitas	67
3.9.2 Uji Multikolinieritas	68
3.9.3 Uji Heterokedastisitas.....	69
3.10 Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
3.11 Pembuktian Hipotesis	70
3.11.1 Uji Secara Parsial (Uji t).....	70
3.11.2 Uji Secara Simultan (Uji f).....	71
3.11.3 Uji Determinasi (Uji R ²).....	72
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	74
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	74
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	75
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	75
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	76
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	77
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Layanan Yang Digunakan	79
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Layanan Agen BSI Smart Perbulan.....	80
4.3 Tanggapan Responden Penelitian.....	81
4.3.1 Tanggapan Jawaban Responden Variabel Kemudahan	81
4.3.2 Tanggapan Jawaban Responden Variabel Manfaat.....	83
4.3.3 Tanggapan Jawaban Responden Variabel Kepuasan ...	84
4.3.4 Tanggapan Jawaban Responden Variabel Minat Menggunakan	86
4.4 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	88
4.4.1 Hasil Uji Validitas	88
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	90
4.5 Uji Asumsi Klasik	91
4.5.1 Uji Normalitas	91
4.5.2 Uji Multikolinieritas	92
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	93
4.6 Uji Regresi Linear Berganda	94
4.7 Uji Hipotesis	95
4.7.1 Hasil Uji Parsial (Uji-t)	95
4.7.2 Uji Simultan (Uji-F)	97

4.7.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	98
4.8 Pembahasan	99
4.8.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan	99
4.8.2 Pengaruh Manfaat Terhadap Minat Menggunakan ...	101
4.8.3 Pengaruh Kepuasan Terhadap Minat Menggunakan.	103
4.8.4 Pengaruh Kemudahan, Manfaat, dan Kepuasan Secara Simultan Terhadap Minat Menggunakan	105
4.9 Implikasi Temuan Kajian	107
BAB V PENUTUP	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN – LAMPIRAN	119

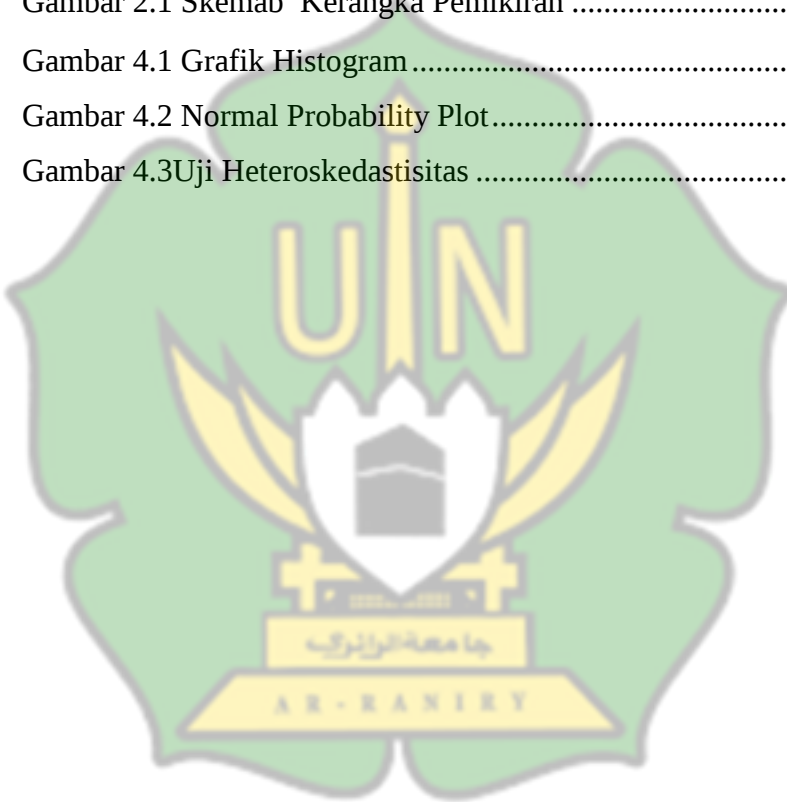


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	49
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert	63
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....	64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	75
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	76
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	77
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	78
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan jenis layanan yang digunakan.....	79
Tabel 4.6 Karakteristik responden berdasarkan penggunaan layanan Agen BSI Smart perbulan	80
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Variabel Kemudahan	81
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Variabel Manfaat	83
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Variabel Kepuasan	85
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Variabel Minat Menggunakan	86
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	89
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	90
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	93
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	95
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (Uji-t)	97
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji-f).....	98
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Agen BSI Smart Periode 2023-2025.....	4
Gambar 1.2 Perkembangan Jumlah Transaksi (Ribu) BSI Smart Periode 2023-2025	5
Gambar 2.1 Skemab Kerangka Pemikiran	54
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	91
Gambar 4.2 Normal Probability Plot.....	92
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	93



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket/Kuesioner Penelitian	119
Lampiran 2 Tabulasi Data Hasil Pengisian Kusioner/Angket 400 Responden	125
Lampiran 3 Data Karakteristik Responden	163
Lampiran 4 Tanggapan Responden Penelitian	166
Lampiran 5 Hasil Uji validitas	174
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	178
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	183
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	185
Lampiran 9 t tabel dan r tabel	139
Lampiran 10 F tabel.....	187
Lampiran 11 Dokumentasi	188
Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup	189

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam sektor perbankan. Perkembangan yang pesat tersebut mendorong transformasi layanan perbankan menuju sistem yang berbasis teknologi guna meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat. Kondisi ini menuntut perbankan untuk terus berinovasi dan tidak boleh lengah dalam menghadapi perkembangan teknologi yang semakin canggih agar tetap mampu memberikan layanan yang efektif, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat (Hasyim et al., 2025). Salah satu fokus utama dari inovasi perbankan tersebut adalah upaya memperluas akses layanan keuangan bagi seluruh lapisan masyarakat.

Upaya perluasan akses layanan keuangan tersebut diwujudkan melalui program Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusif (Laku Pandai) yang dicanangkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Program ini bertujuan menyediakan layanan perbankan dan layanan keuangan lainnya melalui kerja sama dengan pihak lain sebagai agen bank yang didukung oleh pemanfaatan teknologi informasi. Laku Pandai diperlukan karena masih terdapat sebagian masyarakat yang belum mengenal, menggunakan, atau memperoleh akses terhadap layanan

perbankan, baik karena keterbatasan geografis, biaya, maupun persyaratan administrasi. Program ini sejalan dengan kebijakan Pemerintah Indonesia melalui Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) yang menekankan pentingnya pengembangan *branchless banking* untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat serta mendorong pemerataan pembangunan ekonomi antarwilayah (Otoritas Jasa Keuangan, 2024).

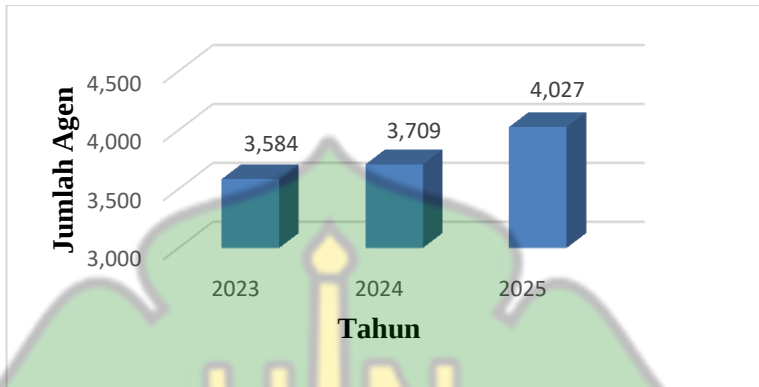
Sebagai bentuk implementasi program Laku Pandai tersebut, PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) menghadirkan Agen BSI Smart sebagai layanan perbankan berbasis agen. BSI Agen adalah layanan Laku Pandai (Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusif) yang diselenggarakan oleh Bank Syariah Indonesia, untuk menyediakan layanan perbankan dan/atau layanan keuangan lainnya tanpa melalui jaringan kantor. Layanan ini dilaksanakan melalui kerja sama dengan pihak lain sebagai agen, dengan dukungan pemanfaatan teknologi informasi (Arief et al., 2022).

Melalui skema keagenan tersebut, Agen BSI Smart menyediakan berbagai layanan keuangan yang dapat diakses oleh masyarakat tanpa harus mendatangi kantor cabang bank secara langsung. Adapun layanan yang tersedia mencakup layanan transaksi berupa setor tunai, tarik tunai, dan transfer dana. Di samping layanan transaksi, Agen BSI Smart juga memfasilitasi pembayaran berbagai tagihan, di antaranya Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), tagihan air PDAM, serta iuran BPJS Kesehatan

dan BPJS Ketenagakerjaan. Dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat secara lebih menyeluruh, layanan ini turut menyediakan fasilitas pembelian token listrik PLN, pulsa telepon, serta pengisian saldo dompet digital seperti Gopay dan ShopeePay. Selain itu, Agen BSI Smart juga berperan aktif dalam mendukung program pemerintah, khususnya sebagai sarana penyaluran dana bantuan sosial kepada masyarakat yang berhak menerimanya. Kehadiran Agen BSI Smart diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat yang signifikan bagi masyarakat, sekaligus meningkatkan kepuasan dalam bertransaksi, terutama di wilayah-wilayah yang selama ini memiliki keterbatasan akses terhadap layanan perbankan secara langsung.

Seiring dengan implementasi program Laku Pandai, jumlah Agen BSI Smart menunjukkan perkembangan yang signifikan dari tahun ke tahun. Peningkatan jumlah agen tersebut mencerminkan upaya Bank Syariah Indonesia dalam memperluas jangkauan layanan perbankan syariah kepada masyarakat serta mendukung peningkatan inklusi keuangan. Sehubungan dengan hal tersebut, untuk mengetahui gambaran mengenai perkembangan jumlah Agen BSI Smart beserta total transaksi, khususnya di wilayah Aceh yang mencakup beberapa daerah seperti Aceh Besar, Banda Aceh, Sabang, Pidie, dan Pidie Jaya, maka data tersebut disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

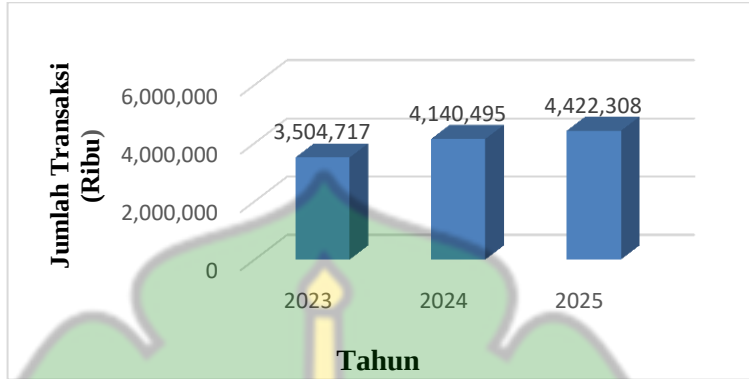
Gambar 1.1
Perkembangan Jumlah Agen BSI Smart
Periode 2023–2025



Sumber: Laporan Tahunan Bank Syariah Indonesia KC Ahmad Dahlan

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah Agen BSI Smart di Provinsi Aceh khususnya di beberapa daerah seperti Aceh Besar, Banda Aceh, Sabang, Pidie, dan Pidie Jaya, mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2023 jumlah Agen BSI Smart tercatat sebanyak 3.584 agen. Jumlah tersebut kemudian meningkat menjadi 3.709 agen pada tahun 2024 dan kembali mengalami kenaikan menjadi 4.027 agen pada tahun 2025. Peningkatan jumlah agen ini menunjukkan bahwa layanan Agen BSI Smart terus mengalami perkembangan dan perluasan jangkauan layanan kepada masyarakat. Bertambahnya jumlah agen juga mengindikasikan adanya upaya Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan akses layanan perbankan bagi masyarakat, terutama di daerah yang memiliki keterbatasan akses terhadap kantor cabang bank.

Gambar 1.2
Perkembangan Jumlah Transaksi (Ribuan) BSI Smart
Periode 2023–2025



Sumber: Laporan Tahunan Bank Syariah Indonesia KC Ahmad Dahlan

Berdasarkan Gambar 1.2 dapat diketahui bahwa jumlah transaksi Agen BSI Smart di Provinsi Aceh khususnya di beberapa daerah seperti Aceh Besar, Banda Aceh, Sabang, Pidie, dan Pidie Jaya, juga mengalami peningkatan selama periode 2023–2025. Pada tahun 2023 jumlah transaksi tercatat sebanyak 3.504.717 transaksi, kemudian meningkat menjadi 4.140.495 transaksi pada tahun 2024, dan kembali mengalami kenaikan menjadi 4.422.308 transaksi pada tahun 2025. Peningkatan jumlah transaksi tersebut menunjukkan bahwa layanan Agen BSI Smart semakin banyak dimanfaatkan oleh masyarakat dalam melakukan berbagai transaksi perbankan. Tingginya penggunaan layanan ini mengindikasikan adanya minat masyarakat untuk memanfaatkan Agen BSI Smart sebagai alternatif layanan perbankan yang mudah dijangkau dan praktis digunakan.

Fenomena yang menjadi fokus dalam penelitian ini berkaitan dengan minat masyarakat dalam menggunakan layanan Agen BSI Smart di Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar. Secara geografis, jarak tempuh menuju kantor cabang Bank Syariah Indonesia terdekat relatif cukup jauh, yaitu sekitar ± 6 km dari sebagian wilayah permukiman masyarakat, sehingga berpotensi menjadi kendala dalam mengakses layanan perbankan secara langsung. Meskipun demikian, fasilitas Anjungan Tunai Mandiri (ATM) telah tersedia untuk mempermudah transaksi keuangan. Selain itu, perkembangan teknologi digital juga menghadirkan layanan mobile banking dengan berbagai fitur serta kemudahan akses yang dapat digunakan kapan saja dan di mana saja.

Namun pada kenyataannya, masyarakat masih cenderung memilih menggunakan layanan Agen BSI Smart dalam melakukan transaksi keuangan. Hal ini menunjukkan adanya fenomena yang menarik, karena di tengah tersedianya berbagai alternatif layanan yang lebih modern dan praktis, minat masyarakat terhadap penggunaan Agen BSI Smart tetap tinggi. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor tertentu yang memengaruhi minat masyarakat, seperti kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, serta tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan tersebut. Untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat tersebut secara lebih mendalam, diperlukan suatu kerangka teoritis yang mampu menjelaskan

bagaimana individu menerima dan menggunakan suatu teknologi layanan keuangan.

Penerimaan teknologi ini perlu dikaji lebih dalam melalui pendekatan teoritis yang relevan. Salah satu teori yang banyak digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi, yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM). Model ini diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1985 dengan tujuan untuk menjelaskan serta memprediksi bagaimana suatu sistem digunakan oleh penggunanya. Model TAM menjelaskan bahwa niat individu dalam menggunakan suatu teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu persepsi terhadap kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) dan persepsi terhadap kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) (Hibur et al., 2022). Dari kedua faktor utama dalam Model TAM tersebut, pada akhirnya akan membentuk suatu dorongan dalam diri individu untuk menggunakan teknologi secara berkelanjutan, yang dikenal sebagai minat menggunakan (*behavioral intention to use*).

Minat menggunakan (*behavioral intention to use*) merupakan dorongan atau motivasi individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu secara berkelanjutan. Minat menggunakan dapat diartikan sebagai kecenderungan dan ketertarikan yang kuat dalam diri individu terhadap suatu objek atau aktivitas tertentu, yang disertai dengan dorongan internal tanpa adanya paksaan dari pihak lain. Semakin tinggi tingkat ketertarikan yang dirasakan, maka semakin besar pula minat yang terbentuk, hingga pada akhirnya mendorong

individu untuk memiliki keinginan dalam menggunakan suatu produk atau layanan (Nursiah et al., 2022).

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi minat menggunakan layanan Agen BSI Smart yakni kemudahan. Kemudahan penggunaan (*ease of use*) diartikan sebagai persepsi seseorang mengenai sejauh mana suatu teknologi dapat dipelajari, dipahami, dan digunakan dengan mudah (Atieq & Nurpiani, 2022). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahsyar (2025) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking pada nasabah Bank BRI Cabang Kota Manna, Bengkulu Selatan. Hasil penelitian serupa juga ditemukan oleh Nizar & Yusuf (2022) dan Rahmawati & Wati (2023) yang turut membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan keuangan digital. Temuan-temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin tinggi pula minat mereka dalam menggunakan suatu layanan.

Selain kemudahan, manfaat atau *perceived usefulness* juga menjadi faktor penting dalam memengaruhi minat menggunakan layanan. Dalam konteks penggunaan teknologi perbankan, persepsi terhadap manfaat yang diperoleh pengguna menjadi dasar dalam menilai keberlanjutan penggunaan suatu layanan. Manfaat (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi mampu memberikan manfaat

serta berkontribusi dalam meningkatkan kinerja yang dimilikinya (Artina, 2021). Hasil penelitian sebelumnya oleh Iffat & Laksmi (2023) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet elektronik. Hasil penelitian yang sama juga ditemukan oleh Naufaldi & Tjokrosaputro (2020) dan Fadillah & ZA (2023) dalam penelitian mereka bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan. Hal ini mengindikasikan bahwa apabila seseorang menilai suatu teknologi mampu memberikan manfaat nyata seperti meningkatkan kinerjanya, maka kecenderungan untuk menggunakannya akan semakin tinggi.

Kemudian di samping kemudahan dan manfaat, kepuasan juga memiliki peran yang penting terkait bagaimana pengalaman pengguna terhadap suatu layanan yang digunakan. Kepuasan diartikan sebagai proses pemenuhan terhadap sesuatu sehingga menghasilkan kondisi yang dinilai memadai (Meilani & Sugiarti, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Kamalia & Fazizah (2025) menunjukkan bahwa kepuasan pengguna berpengaruh terhadap *continuance intention to use* pada layanan mobile banking. Penelitian serupa oleh Priyatna et al. (2022) dan Yudistira & Masdiantini (2023) juga menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan kepuasan terhadap minat menggunakan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna terhadap suatu layanan, maka semakin

besar pula kecenderungan mereka untuk terus berminat menggunakan layanan tersebut.

Berdasarkan penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian hanya berfokus pada penggunaan layanan digital seperti *mobile banking*, *e-wallet*, dan aplikasi belanja online, dengan variabel yang dominan diteliti yaitu kemudahan dan manfaat terhadap minat menggunakan. Sementara itu, penelitian mengenai layanan berbasis *branchless banking* syariah, khususnya Agen BSI Smart, masih sangat terbatas. Selain itu, hasil penelitian terdahulu juga menunjukkan adanya perbedaan hasil, di mana sebagian penelitian menemukan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, sedangkan penelitian lain menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji pengaruh kemudahan, manfaat, dan kepuasan terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar. Penelitian ini juga memiliki perbedaan dari penelitian sebelumnya pada objek penelitian, lokasi penelitian dan variabel yang digunakan.

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai minat masyarakat dalam menggunakan layanan Agen BSI Smart, khususnya dengan melihat pengaruh kemudahan, manfaat, dan kepuasan terhadap minat menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini dituangkan dalam judul: “Pengaruh Kemudahan, Manfaat dan

Kepuasan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Agen BSI Smart Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang permasalahan dan kajian empiris sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut

1. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar?
2. Apakah manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar?
3. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar?
4. Apakah kemudahan, manfaat, dan kepuasan secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar.
2. Untuk mengetahui pengaruh manfaat terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar.

3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar.
4. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan, manfaat, dan kepuasan secara simultan terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kemudahan, manfaat, dan kepuasan terhadap minat menggunakan layanan pada produk Bank Syariah Indonesia, khususnya layanan Agen BSI Smart.
- b. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi serta bahan pembelajaran bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa

2. Manfaat Praktis:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai faktor-faktor kemudahan, manfaat, dan kepuasan yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan layanan Agen BSI Smart. Hasil penelitian ini dapat dijadikan

sebagai bahan evaluasi dan masukan bagi pihak BSI dalam meningkatkan kualitas layanan Agen BSI Smart agar lebih mudah diakses, bermanfaat, dan memuaskan bagi masyarakat.

- b. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya kemudahan, manfaat, dan kepuasan dalam mendorong minat menggunakan layanan Agen BSI Smart untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan.

3. Manfaat Kebijakan:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa rekomendasi kebijakan bagi pihak terkait, khususnya Bank Syariah Indonesia, dalam upaya meningkatkan kualitas layanan Agen BSI Smart. Hasil penelitian dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan yang berkaitan dengan peningkatan kemudahan layanan, optimalisasi manfaat yang dirasakan masyarakat, serta peningkatan kepuasan pengguna. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis guna meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan layanan Agen BSI Smart sehingga dapat mendukung peningkatan inklusi keuangan masyarakat.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai isi penelitian ini, maka sistematika penulisan skripsi disusun sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini menguraikan landasan teori yang berkaitan dengan variabel penelitian, yaitu teori mengenai kemudahan, manfaat, kepuasan, dan minat menggunakan. Selain itu, bab ini juga memuat penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari pengolahan data, analisis hasil penelitian, pembahasan mengenai pengaruh kemudahan, manfaat, dan kepuasan terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart, serta juga membahas mengenai implikasi temuan kajian.

Bab V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang diberikan berdasarkan temuan penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan sebuah teori yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis dan dikembangkan pada tahun 1989 sebagai pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*. *Technology Acceptance Model (TAM)* menjelaskan persepsi pengguna terhadap suatu sistem teknologi yang berkaitan dengan sikap pengguna dalam memanfaatkan sistem tersebut (Sunarya, 2022). Dalam model TAM terdapat dua variabel utama, yaitu kemanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*), yang dapat menggambarkan aspek perilaku pengguna. Dengan demikian, model TAM menjelaskan bahwa persepsi pengguna terhadap suatu teknologi akan memengaruhi sikap pengguna dalam menerima dan menggunakan teknologi informasi (Prena & Dewi, 2023).

Tujuan dari *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi berbasis informasi secara umum, serta menggambarkan perilaku pengguna akhir (*end-user*) dengan cakupan variasi dan populasi yang luas. Sebuah model seharusnya tidak hanya berfungsi sebagai alat prediksi, tetapi juga memberikan penjelasan, sehingga peneliti dan praktisi dapat memahami alasan mengapa suatu sistem tertentu tidak dapat diterima. Dengan demikian, dapat

ditentukan langkah-langkah perbaikan yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut (Sabaah et al., 2025).

2.2 Kemudahan

2.2.1 Pengertian Kemudahan

Kemudahan merujuk pada keyakinan pengguna bahwa suatu sistem dapat digunakan tanpa membutuhkan upaya yang besar, sehingga sistem tersebut dirancang untuk memberikan pengalaman yang praktis dan efisien bagi para penggunanya (Rosita et al., 2024). kemudahan penggunaan (*Ease of use*) merupakan tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan sistem teknologi informasi tidak akan menyulitkan serta tidak memerlukan usaha yang besar dalam proses penggunaannya (Prena & Dewi, 2023).

Menurut Jogiyanto, kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan banyak usaha. Berdasarkan pengertian tersebut, kemudahan penggunaan dapat dipahami sebagai keyakinan individu yang memengaruhi proses pengambilan keputusan dalam menggunakan teknologi (Nursiah et al., 2022).

Prasetya & Putra (2020) juga mendefinisikan Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat keyakinan individu terhadap kemudahan dalam memahami suatu teknologi. Persepsi terhadap penggunaan sistem teknologi pada dasarnya merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan. Hal ini berarti bahwa ketika seseorang meyakini bahwa suatu sistem teknologi mudah

digunakan, dipahami, dipelajari, serta memiliki kejelasan dalam penggunaannya, maka ia akan cenderung memutuskan untuk menggunakannya. Sebaliknya, apabila aspek-aspek tersebut tidak terpenuhi, maka individu tersebut tidak akan memiliki minat untuk menggunakannya.

2.2.2 Indikator Kemudahan

Menurut Gasperz & Lekatompessy (2024) indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kemudahan yaitu:

1. Mudah digunakan

Mudah digunakan menunjukkan bahwa suatu sistem atau layanan dapat dioperasikan dengan langkah-langkah yang sederhana, sehingga pengguna tidak mengalami kesulitan dalam menjalankan fitur-fitur yang tersedia.

2. Mudah Dimengerti

Mudah dimengerti berarti bahwa informasi, menu, serta prosedur penggunaan dalam suatu sistem dapat dipahami dengan jelas oleh pengguna, sehingga tidak menimbulkan kebingungan.

3. Mudah dipelajari

Mudah dipelajari menggambarkan bahwa pengguna dapat mempelajari cara menggunakan suatu sistem dalam waktu yang relatif singkat, termasuk bagi pengguna yang baru pertama kali menggunakannya.

4. Fleksibel

Fleksibel menunjukkan bahwa suatu sistem dapat digunakan dalam berbagai situasi dan kebutuhan, serta memungkinkan

pengguna menyesuaikan penggunaan sesuai kondisi yang dihadapi.

2.3 Manfaat

2.3.1 Pengertian Manfaat

Manfaat merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem mampu meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang dirasakan berkaitan dengan keyakinan individu terhadap keuntungan yang dapat diperoleh ketika memanfaatkan teknologi informasi. Persepsi terhadap manfaat mencerminkan pandangan individu mengenai sejauh mana teknologi informasi memberikan nilai dan keuntungan bagi dirinya (Nurdin et al., 2021).

Persepsi manfaat merupakan keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya dalam menyelesaikan pekerjaan. Konsep ini menunjukkan bahwa sejauh mana seseorang memandang teknologi sebagai sesuatu yang berguna akan memengaruhi keputusan penggunaannya. Jika suatu sistem atau produk teknologi dianggap mampu memberikan manfaat nyata, seperti meningkatkan efektivitas dan efisiensi, maka individu cenderung akan menggunakannya. Sebaliknya, apabila teknologi tersebut dinilai tidak memberikan manfaat atau kurang relevan dengan kebutuhan pengguna, maka minat untuk menggunakannya akan menurun. Dengan demikian, tingkat persepsi manfaat menjadi faktor penting dalam menentukan penerimaan suatu teknologi (Prasetya & Putra, 2020).

Berdasarkan definisi di atas, manfaat (*perceived usefulness*) dapat disimpulkan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi informasi mampu memberikan keuntungan, nilai, serta meningkatkan kinerja dalam aktivitas yang dilakukan. Manfaat yang dirasakan muncul dari pandangan individu mengenai sejauh mana teknologi tersebut memberikan dampak positif bagi dirinya.

2.3.2 Indikator Manfaat

Menurut Wijaya & Witono (2025) indikator yang digunakan untuk mengukur variabel manfaat yaitu:

1. **Meningkatkan Kinerja**

Indikator ini menunjukkan bahwa penggunaan suatu sistem dapat membantu pengguna menyelesaikan pekerjaan dengan lebih baik, lebih cepat, dan lebih terarah dibandingkan sebelum menggunakan sistem tersebut.

2. **Menambah Produktivitas**

Produktivitas berkaitan dengan jumlah pekerjaan atau hasil yang dapat dicapai. Indikator ini berarti bahwa sistem mampu membantu pengguna menghasilkan output yang lebih banyak dalam waktu yang sama.

3. **Meningkatkan Efektivitas**

Efektivitas mengarah pada tingkat keberhasilan dalam mencapai tujuan. Indikator ini menunjukkan bahwa penggunaan sistem dapat membantu pengguna mencapai target

pekerjaan dengan lebih tepat, sesuai kebutuhan, serta mengurangi kesalahan.

4. Memberi manfaat nyata

Indikator ini menekankan bahwa sistem tidak hanya sekadar digunakan, tetapi benar-benar memberikan keuntungan atau dampak positif yang dapat dirasakan langsung oleh pengguna dalam kegiatan sehari-hari.

2.4 Kepuasan

2.4.1 Pengertian Kepuasan

Kepuasan berasal dari bahasa Latin, yaitu *satis* yang berarti cukup (*enough*) dan *facere* yang berarti melakukan (*to do*). Dengan demikian, produk maupun jasa yang mampu memberikan kepuasan adalah yang dapat memenuhi apa yang dicari konsumen hingga mencapai tingkat yang dianggap cukup (Nurdin et al., 2020). Kepuasan dapat dipahami sebagai perasaan puas, senang, dan lega yang dirasakan seseorang setelah memperoleh produk, jasa, atau layanan dengan baik sesuai dengan harapan dan keinginannya (Rismawan, 2024).

Kepuasan dapat diartikan sebagai penilaian yang diberikan oleh pelanggan setelah menggunakan atau membeli suatu produk maupun jasa yang ditawarkan oleh penjual (Maharany et al., 2021). Sedangkan menurut Nurdiansyah et al. (2022) kepuasan merupakan perasaan yang timbul dari hasil evaluasi antara apa yang diterima dengan apa yang diharapkan, yang mencakup keputusan pembelian

itu sendiri serta kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan pembelian tersebut.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perasaan atau respon emosional yang muncul setelah individu membandingkan antara apa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Kepuasan terjadi ketika produk atau jasa mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasinya.

2.4.2 Indikator Kepuasan

Menurut Ndruru et al (2021) indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan yaitu:

1. Perasaan Puas

Menggambarkan sejauh mana pengguna merasa senang, nyaman, dan puas setelah menggunakan layanan, karena layanan tersebut memberikan pengalaman yang baik.

2. Kesesuaian Harapan

Menunjukkan apakah layanan yang digunakan sudah sesuai dengan harapan pengguna, baik dari segi kualitas, kemudahan, maupun manfaat yang dirasakan.

3. Kesian Merekomendasikan

Mengukur kemauan pengguna untuk menyarankan atau merekomendasikan layanan kepada orang lain, yang biasanya muncul karena pengguna merasa puas dan percaya terhadap layanan tersebut.

4. Selalu membeli produk

Menunjukkan kecenderungan pelanggan untuk terus menggunakan serta membeli kembali suatu produk apabila produk tersebut telah memenuhi harapan yang diharapkan oleh pelanggan.

2.5 Minat Menggunakan

2.5.1 Pengertian Minat Menggunakan

Minat merupakan suatu keadaan yang muncul ketika seseorang memahami karakteristik atau makna tertentu dari suatu situasi yang berkaitan dengan keinginan serta kebutuhan dirinya (Octaviana & Yusuf, 2021).

Minat menggambarkan suatu dorongan yang timbul setelah individu menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, sehingga menimbulkan ketertarikan untuk mencoba dan berujung pada keinginan untuk membeli serta memiliki produk tersebut (Atriani et al., 2020). Adanya keinginan atau dorongan dalam diri seseorang dapat mendorong individu tersebut untuk melakukan aktivitas yang disukai atau diminati. Minat yang muncul karena perasaan senang serta pengalaman positif akan menumbuhkan motivasi, sehingga seseorang terdorong untuk melakukan aktivitas tersebut secara berulang (Maharany et al., 2021). Minat untuk menggunakan (*behavioral intention to use*) merupakan kecenderungan perilaku seseorang untuk terus menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan teknologi atau sistem informasi

oleh individu dapat diperkirakan dari sikap serta perhatiannya terhadap teknologi tersebut (Bahtiar et al., 2025).

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, minat dapat disimpulkan sebagai kecenderungan atau dorongan dalam diri individu yang muncul karena adanya kebutuhan, keinginan, dan rangsangan terhadap suatu objek. Minat juga dipengaruhi oleh perasaan senang serta pengalaman positif yang mendorong individu untuk mencoba dan melakukan suatu aktivitas. Dorongan tersebut menimbulkan ketertarikan yang berujung pada keinginan untuk menggunakan atau memiliki sesuatu. Dalam konteks teknologi, minat mencerminkan kesiapan seseorang untuk terus menggunakan suatu sistem. Hal ini terlihat dari sikap, perhatian, dan ketertarikan individu terhadap teknologi tersebut.

2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

Nuraini et al (2023) menguraikan ada beberapa faktor yang memengaruhi timbulnya minat sebagai berikut:

1. Faktor kebutuhan dari dalam diri, mengacu pada kebutuhan yang berasal dari dalam individu, yaitu faktor yang berkaitan dengan dorongan fisik dan motif, seperti keinginan untuk mempertahankan diri dari rasa lapar, takut, dan sakit, serta dorongan rasa ingin tahu yang dapat menumbuhkan minat untuk melakukan penelitian dan aktivitas lain.
2. Faktor motif sosial, mengacu pada upaya individu untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan diakui, serta melakukan aktivitas guna memenuhi kebutuhan

sosial, seperti bekerja, memperoleh status, mendapatkan perhatian, dan penghargaan.

3. Faktor emosional atau perasaan, minat berkaitan erat dengan kondisi perasaan atau emosi. Keberhasilan dalam melakukan suatu aktivitas yang didorong oleh minat akan menimbulkan rasa senang dan memperkuat minat tersebut, sedangkan kegagalan dapat menyebabkan berkurangnya minat individu.

2.5.3 Indikator Minat Menggunakan

Menurut Wijaya & Witono (2025) minat memiliki beberapa indikator, antara lain:

1. Minat transaksional

Menunjukkan adanya keinginan dari seseorang untuk menggunakan suatu layanan secara langsung, terutama dalam bentuk tindakan nyata seperti melakukan transaksi atau memanfaatkan layanan tersebut.

2. Minat referensial

Mengarah pada kecenderungan seseorang untuk menyarankan atau merekomendasikan suatu layanan kepada pihak lain berdasarkan pengalaman atau penilaiannya terhadap layanan tersebut.

3. Minat eksploratif

Menggambarkan keinginan seseorang untuk mencari informasi lebih jauh mengenai suatu layanan, seperti mempelajari fitur, manfaat, serta cara penggunaannya sebelum benar-benar menggunakan layanan tersebut.

4. Minat preferensial

Menunjukkan bahwa seseorang memiliki kecenderungan untuk memilih suatu layanan sebagai pilihan utama dibandingkan layanan lain yang sejenis, serta memiliki komitmen untuk tetap menggunakannya.

2.6 Bank Syariah

2.6.1 Pengertian Bank Syariah

Secara umum, bank syariah dapat dipahami sebagai lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan utamanya dalam bentuk penghimpunan dana, penyaluran pembiayaan, serta penyediaan jasa lalu lintas pembayaran. Bank syariah merupakan bank yang melaksanakan operasional usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam yang berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadis. Oleh karena itu, kegiatan perbankan syariah wajib menghindari praktik yang mengandung unsur riba maupun aktivitas lain yang bertentangan dengan ketentuan syariah Islam. Adapun perbedaan mendasar antara bank syariah dan bank konvensional terletak pada beberapa aspek utama dalam sistem operasional dan prinsip yang diterapkan (Kurnialis et al., 2022)

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008, tentang perbankan syariah mendefinisikan bank syariah sebagai lembaga perbankan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Berdasarkan jenisnya, bank syariah

terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Menurut Utama (2021) Bank syariah merupakan bank yang melaksanakan seluruh kegiatan usahanya dengan berlandaskan pada prinsip-prinsip hukum Islam dalam operasional perbankan, yang penerapannya mengacu pada fatwa-fatwa yang ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usaha utama berupa penghimpunan dan penyaluran dana, serta pemberian layanan keuangan lainnya, yang seluruh pelaksanaannya berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah Islam (Harahap et al., 2023)

Berdasarkan beberapa penjelasan dan ketentuan peraturan perundang-undangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya berupa penghimpunan dana, penyaluran pembiayaan, serta penyediaan layanan jasa keuangan lainnya dengan berlandaskan prinsip-prinsip syariah Islam. Seluruh kegiatan operasional bank syariah berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadis serta fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), sehingga wajib menghindari praktik riba dan aktivitas lain yang bertentangan dengan ketentuan syariah. Selain itu, bank syariah secara kelembagaan terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008.

2.6.2 Tujuan Bank Syariah

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang tujuan bank Syariah menjelaskan bahwa bank syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

Bank syariah di Indonesia maupun di berbagai negara bertujuan untuk menjalankan perintah Allah serta menjauhi segala larangan-Nya, khususnya praktik riba dalam aktivitas pinjam-meminjam. Hal ini berbeda dengan bank konvensional yang berfokus pada penyaluran kredit dengan cara menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada pihak yang membutuhkan, sehingga berperan sebagai lembaga perantara keuangan. Kemudian bank syariah juga bertujuan untuk menegakkan prinsip-prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan. Oleh karena itu, bank syariah memiliki lembaga pengawas khusus, yaitu Dewan Pengawas Syariah, yang beranggotakan tokoh-tokoh dari lembaga keagamaan seperti Majelis Ulama Indonesia atau Majelis Agama Malaysia (Amiruddin, 2022).

2.6.3 Fungsi Bank Syariah

Menurut Subaidi (2018) bank syariah memiliki tiga fungsi utama sebagai berikut::

a. Penghimpunan dana Masyarakat

Salah satu fungsi utama bank syariah adalah menghimpun dana dari masyarakat yang memiliki kelebihan dana. Penghimpunan dana tersebut dilakukan melalui dua mekanisme, yaitu dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad al-wadiah, serta dalam bentuk investasi yang menggunakan akad al-mudharabah. Melalui akad-akad tersebut, bank syariah berperan sebagai lembaga perantara antara pihak yang kelebihan dana dan pihak yang membutuhkan dana.

b. Penyaluran Dana kepada Masyarakat

Fungsi utama bank syariah selanjutnya adalah menyalurkan dana kepada masyarakat yang memerlukan pembiayaan. Pembiayaan tersebut dapat diberikan kepada masyarakat yang telah memenuhi persyaratan dan ketentuan yang ditetapkan oleh bank. Aktivitas penyaluran dana merupakan kegiatan yang sangat penting bagi bank syariah karena dari aktivitas inilah bank memperoleh pendapatan atau return. Besarnya return yang diterima bank syariah bergantung pada jenis akad yang digunakan. Dalam praktiknya, bank syariah menyalurkan dana melalui berbagai jenis akad, seperti akad jual beli dan akad kemitraan atau kerja sama usaha. Pada akad jual beli, pendapatan bank diperoleh dalam bentuk margin keuntungan, yaitu selisih antara harga jual kepada nasabah dan harga beli oleh bank. Sementara itu, pada akad kerja sama usaha, pendapatan bank berasal dari sistem bagi hasil.

c. Pelayanan Jasa Perbankan

Selain menghimpun dan menyalurkan dana, bank syariah juga menjalankan fungsi pelayanan jasa perbankan kepada nasabah. Pelayanan jasa ini diberikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan berbagai aktivitas keuangan. Fungsi pelayanan jasa merupakan fungsi ketiga bank syariah. Beragam produk jasa perbankan syariah yang ditawarkan antara lain jasa pengiriman uang, pemindahbukuan, penagihan surat berharga, dan layanan lainnya. Kegiatan pelayanan jasa diharapkan dapat meningkatkan pendapatan bank yang bersumber dari biaya layanan atau *fee based income*.

Oleh karena itu, bank syariah terus berupaya meningkatkan kualitas layanan melalui pengembangan teknologi informasi agar dapat memberikan pelayanan yang cepat dan akurat. Kecepatan dan keakuratan pelayanan menjadi harapan utama nasabah, sehingga mendorong bank syariah untuk terus berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan jasanya.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 juga menjelaskan fungsi bank syariah sebagai berikut:

1. Bank Syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
2. Bank Syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial

lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.

3. Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif).
4. Pelaksanaan fungsi sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2.6.4 Produk dan Jasa Bank Syariah

Menurut (Ikhsanti et al., 2023) produk bank syariah terbagi atas 3 yaitu :

1. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

Produk tabungan sebagai bagian dari penghimpunan dana pada bank syariah bertujuan untuk menghimpun dan mengelola dana masyarakat guna mendukung kegiatan investasi serta pembangunan perekonomian secara adil, sehingga manfaat dan keuntungan dapat dirasakan oleh seluruh pihak yang terlibat. Produk penghimpunan dana pada bank syariah secara umum terbagi ke dalam empat jenis berdasarkan prinsip akad yang digunakan, yaitu:

- a. Penghimpunan dana dengan prinsip wadi'ah,
- b. Penghimpunan dana dengan prinsip qardh,
- c. Penghimpunan dana dengan prinsip mudharabah, dan
- d. Penghimpunan dana dengan prinsip ijarah.

2. Produk Penyaluran Dana (*Financing*)

Pembiayaan pada bank syariah yang menjadi komponen utama dalam portofolio pembiayaan meliputi pembiayaan modal kerja, pembiayaan investasi, serta pembiayaan untuk berbagai kebutuhan barang dan properti. Dalam pelaksanaannya, bank syariah menerapkan beragam akad pembiayaan, baik yang berbasis bagi hasil seperti *mudharabah*, *salam*, dan *musyarakah mutanaqishah*, akad jual beli seperti *murabahah*, *salam*, dan *istishna*, maupun akad sewa atau *ijarah*.

3. Produk Jasa (*Service*)

Selain menjalankan fungsi penghimpunan dana dan penyaluran pembiayaan, bank syariah juga menyediakan berbagai layanan jasa keuangan perbankan. Adapun bentuk jasa keuangan yang ditawarkan oleh bank syariah meliputi *letter of credit* (L/C) impor berbasis syariah, bank garansi syariah, serta layanan penukaran valuta asing.

2.7 Bank Syariah Indonesia

2.7.1 Pengertian Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank syariah yang terbentuk melalui proses merger antara PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah. Merger tersebut memperoleh izin resmi dari Otoritas Jasa Keuangan melalui Surat Keputusan OJK No. 04/KDK.03/2021 yang ditetapkan pada 27 Januari 2021. Penggabungan tersebut

mengintegrasikan keunggulan dari ketiga bank syariah, sehingga mampu menghadirkan layanan yang lebih komprehensif, memperluas jangkauan, serta memperkuat kapasitas permodalan. Dengan dukungan sinergi antar perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, BSI diharapkan mampu meningkatkan daya saingnya hingga ke tingkat global (Ulfa, 2021).

Kebijakan pemerintah dalam menggabungkan tiga bank syariah diharapkan mampu menghadirkan alternatif lembaga keuangan yang lebih kuat bagi masyarakat sekaligus berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan perekonomian nasional. Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) pada tanggal 12 Oktober 2020 secara resmi mengumumkan dimulainya proses merger tiga bank umum syariah yang merupakan anak perusahaan dari bank-bank BUMN, dengan target penyelesaian pada Februari 2021. Terdapat beberapa pertimbangan mendasar yang melatarbelakangi kebijakan tersebut, salah satunya adalah masih rendahnya tingkat penetrasi perbankan syariah di Indonesia apabila dibandingkan dengan perbankan konvensional yang telah lebih dahulu berkembang pesat. Di samping itu, pemerintah melihat adanya peluang strategis melalui langkah merger ini untuk membuktikan bahwa Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia layak memiliki bank syariah yang kokoh dan kuat secara fundamental (Suhaimi, 2021).

2.7.2 Produk Dan Layanan Bank Syariah Indonesia

Berikut merupakan produk dan layanan yang dimiliki Bank Syariah Indonesia (bankbsi.co.id):

- 
- I. Individu
 - 1. Simpanan
 - 2. Pembiayaan
 - 3. Investasi
 - 4. Haji & Umroh
 - 5. Bisnis
 - 6. Jasa
 - 7. Emas
 - II. Bisnis
 - 1. BEWIZE
 - 2. Pembiayaan Perusahaan
 - 3. Tabungan Perusahaan
 - III. Kartu
 - 1. BSI Hasanah Card
 - 2. Manajemen Kartu
 - IV. Digital Banking
 - 1. BSI Tabungan *Easy* Mudharabah
 - 2. BSI Agen
 - 3. BSI E-Money
 - 4. BYOND by BSI
 - 5. BSI Net BEWIZE Trade
 - 6. BSI Transfer Online

7. Tarik Tunai Tanpa Kartu (*Cardless Withdrawal*)

8. BSI Transfer BI-FAST

2.8 BSI SMART

2.8.1 Pengertian BSI Smart

BSI Smart merupakan layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka mendukung keuangan inklusif yang diluncurkan oleh Bank Syariah Indonesia. Layanan ini bertujuan untuk menyediakan berbagai layanan perbankan dan keuangan lainnya yang tidak dilakukan melalui kantor cabang maupun kantor cabang pembantu (KC/KCP), melainkan melalui kerja sama atau kemitraan dengan pihak lain. Pelaksanaan layanan BSI Smart didukung oleh pemanfaatan teknologi informasi serta difasilitasi dengan penggunaan mesin EDC, aplikasi mobile berbasis smartphone, dan aplikasi berbasis website yang dapat diakses melalui perangkat PC atau laptop, dengan penerapan konsep *sharing fee* (Aziz & Rizaldi, 2024).

Melalui sistem BSI smart agen, agen berfungsi sebagai perpanjangan tangan bank dalam melayani berbagai transaksi nasabah dengan menggunakan akad wakalah bil ujah. Akad wakalah bil ujah merupakan akad pemberian kuasa dari pihak pemberi kuasa (muwakkil) kepada pihak yang menerima kuasa (wakil) untuk melaksanakan suatu tindakan atas nama pemberi kuasa dengan imbalan berupa upah atau *fee*. Dalam pelaksanaannya, agen bertindak sebagai wakil dari BSI yang

diberikan kewenangan untuk menjalankan transaksi perbankan atas nama bank. Sebagai kompensasi atas layanan tersebut, agen memperoleh ujarah atau *fee* sesuai kesepakatan yang tercantum dalam perjanjian. Penerapan akad ini bertujuan agar hubungan antara bank dan agen tetap berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Ramadhani, 2025).

2.8.2 Tujuan BSI Smart

Berdasarkan ketentuan yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tujuan penerapan Laku Pandai (*branchless banking*) adalah sebagai berikut (Otoritas Jasa Keuangan, 2024):

1. Program ini bertujuan untuk menyediakan produk keuangan yang bersifat sederhana, mudah dipahami, serta sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang belum memiliki akses terhadap layanan keuangan.
2. Memperlancar aktivitas ekonomi masyarakat sehingga mampu mendorong pertumbuhan ekonomi dan pemerataan pembangunan antarwilayah di Indonesia, khususnya antara wilayah perdesaan dan perkotaan.

2.8.3 Persyaratan Menjadi Agen BSI Smart

Untuk menjadi Agen BSI Smart, calon agen dapat berasal dari perorangan maupun non perorangan dengan memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan oleh Bank Syariah Indonesia. Berikut syarat menjadi agen laku pandai atau bsi agen smart (Bank Syariah Indonesia, 2025):

A. Perorangan

1. Memiliki Tabungan BSI: yang dimaksud dengan memiliki tabungan BSI adalah calon agen telah terdaftar sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia dan memiliki rekening tabungan aktif yang digunakan sebagai sarana transaksi dan operasional layanan Agen BSI Smart.
2. Melengkapi dokumen persyaratan (KTP dan NPWP): Calon agen perorangan wajib melampirkan Kartu Tanda Penduduk (KTP) sebagai identitas diri yang sah serta Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) sebagai kelengkapan administrasi sesuai ketentuan yang berlaku.
3. Memiliki usaha menetap dan masih berlangsung paling singkat dua tahun: Usaha menetap yang dimaksud adalah usaha yang memiliki lokasi tetap dan tidak berpindah-pindah, serta telah beroperasi secara aktif minimal selama dua tahun sebagai bukti keberlanjutan dan kelayakan usaha.

B. Non Perorangan

1. Memiliki rekening BSI: Calon agen non perorangan diwajibkan memiliki rekening Bank Syariah Indonesia atas nama badan usaha yang masih aktif dan digunakan untuk mendukung kegiatan operasional Agen BSI Smart.
2. Melengkapi dokumen persyaratan (SIUP/NIB/TDP dan NPWP):
Badan usaha harus melengkapi dokumen legalitas usaha, seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Nomor Induk

Berusaha (NIB), atau Tanda Daftar Perusahaan (TDP), serta NPWP sebagai bentuk kepatuhan administratif dan hukum.

3. Memiliki usaha menetap di satu lokasi dan masih berlangsung paling singkat dua tahun: Usaha non perorangan harus memiliki lokasi usaha yang tetap dan telah beroperasi secara berkelanjutan minimal selama dua tahun guna menjamin stabilitas dan kontinuitas layanan Agen BSI Smart.

2.9 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kajian terhadap hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian, yang digunakan untuk memperkuat landasan teori, membandingkan hasil penelitian, serta menemukan gap penelitian yang akan diteliti lebih lanjut.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahsyar (2025), bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan dan risiko terhadap minat menggunakan layanan mobile banking pada nasabah BRI Bank Cabang Kota Manna, Kabupaten Bengkulu Selatan. jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 77 orang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* pada nasabah bank BRI Cabang Kota Manna Bengkulu Selatan.

Hal ini menegaskan bahwa persepsi kemudahan tidak hanya menjadi atribut teknis tetapi juga menjadi faktor psikologis yang memotivasi pengguna dalam mengadopsi teknologi.

Penelitian yang dilakukan oleh Kamalia & Fazizah (2025) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Perceived Usefulness* (X1), *Perceived Ease Of Use* (X2) Dan *Perceived Risk* (X3) Terhadap *Continue Intention To Use* (Y2) Melalui Kepuasan (Y1) Pengguna *Mobile Banking* BCA. Pengumpulan data ini adalah melalui penyebaran kuesioner atau angket kepada 100 responden. Teknik analisis data ini menggunakan Analisis Jalur (*Path Analysis*) dan dibantu dengan menggunakan SPSS versi 20. Metode pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria tertentu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *continue intention to use*. Hal ini disebabkan karena mobile banking BCA sudah dianggap cukup berguna dan fitur-fiturnya sudah cukup memenuhi kebutuhan dasar para penggunanya. Sehingga, peningkatan lebih lanjut dalam persepsi kegunaan tidak memberikan dampak yang signifikan pada niat untuk terus menggunakan layanan. Sedangkan *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *continue intention to use*. Hal ini disebabkan pengguna mobile banking BCA merasakan kemudahan penggunaan terhadap aplikasi *mobile banking* BCA dengan fitur-fitur dan layanan yang disediakan didalam tersebut. Sehingga dapat menumbuhkan sebuah persepsi dari pengguna akan kemudahan

untuk melakukan transaksi sehari-hari dengan praktis dan simpel, yang bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun.

Penelitian yang dilakukan oleh Rachman & Umniati (2025), bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived ease of use* terhadap minat penggunaan Aplikasi Segari melalui Attitude toward using. Pengumpulan data penelitian ini berjumlah 100 responden masyarakat di Jadetabek dengan pengalaman pernah menggunakan aplikasi Segari.. Teknik analisis data menggunakan *Path Analysis* dan dibantu dengan SPSS versi 29. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Segari (*Behavioral intention to use*). Hal ini disebabkan karena pada pernyataan menggunakan Aplikasi Segari membuat saya lebih mudah dalam berbelanja sehingga menunjukkan bahwa kemudahan dalam proses berbelanja menggunakan aplikasi segari berpengaruh baik terhadap minat penggunaan aplikasi segari. Sedangkan *Perceived ease of use* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Segari (*Behavioral intention to use*). Hal ini disebabkan oleh penilaian tertinggi pada variabel *Perceived ease of use* terdapat pada pernyataan saya merasa menggunakan Aplikasi Segari itu rumit sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan dalam penggunaan aplikasi tidak mempengaruhi minat penggunaan Aplikasi Segari.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmadghani et al (2024), bertujuan untuk menguji dan menganalisis adanya pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan fitur layanan terhadap minat penggunaan pada aplikasi *mobile banking*. Data dikumpulkan melalui teknik survey atau kuesioner dengan responden yang berjumlah 156. Teknik *sampling* yang akan digunakan yaitu *purposive sampling* dengan teknik analisis yang digunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini terjadi karena persepsi kemudahan berkaitan dengan kepercayaan dalam pengambilan keputusan. Apabila seseorang percaya bahwa suatu teknologi mudah digunakan, maka minat untuk menggunakannya akan meningkat. Kemudian Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* juga berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini disebabkan karena persepsi manfaat berkaitan dengan keyakinan bahwa penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas. Jika individu merasa teknologi tersebut memberikan manfaat bagi dirinya, maka minat untuk menggunakannya akan meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Fadillah & ZA (2023), bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi *Canva*. Teknik pemilihan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive*

sampling. Jumlah pengambilan sampel sebanyak 75 responden. Analisis dilakukan dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan Aplikasi *SmartPLS* versi 4.0.8.4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan aplikasi *Canva*. Hal ini menunjukkan semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan maka semakin tinggi juga minat menggunakan aplikasi *Canva*. Selanjutnya persepsi manfaat juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi *Canva*. Hal ini menunjukkan semakin tinggi persepsi manfaat maka semakin tinggi juga minat menggunakan aplikasi *Canva*.

Penelitian yang dilakukan oleh Iffat & Laksmi (2023), bertujuan untuk menganalisis dan menentukan variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan risiko yang dapat memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan layanan dompet elektronik. Teknik pemilihan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Jumlah pengambilan sampel sebanyak 240 responden. Penelitian ini menggunakan analisis data dengan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan metode *Partial Least Square* (PLS) yang dibantu oleh *SmartPLS* 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet elektronik, hal ini menunjukkan ketika dompet elektronik tersebut dianggap memiliki manfaat, maka semakin banyak yang menggunakannya. Selanjutnya persepsi kemudahan

juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet elektronik. Hal tersebut menunjukkan di mana semakin banyak perusahaan meningkatkan kemudahan penggunaan dalam sistemnya, maka konsumen akan semakin setia untuk menggunakan sistem tersebut karena konsumen tidak memiliki masalah dalam mengaksesnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati & Wati (2023), bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Promosi *Cashback* terhadap Minat Menggunakan Kembali Dompet Digital *Shopeepay*. Teknik penelitian yang digunakan adalah *non-probability sampling* menggunakan metode *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 360 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis melalui aplikasi SPSS 25. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali dompet digital *Shopeepay* pada mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan oleh pengguna dalam mengoperasikan aplikasi *Shopeepay*, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan.

Penelitian yang dilakukan oleh Yudistira & Masdiantini (2023), bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, persepsi manfaat, dan kepuasan pengguna terhadap minat penggunaan e-Wallet OVO pada mahasiswa S1 Akuntansi

Undiksha. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang mahasiswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-Wallet OVO. Hal ini menunjukkan semakin tinggi persepsi manfaat yang dimiliki pengguna, maka semakin tinggi juga minat penggunaan e-Wallet OVO pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha. Selanjutnya Kepuasan pengguna juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-Wallet OVO, hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan pengguna dalam menggunakan e-Wallet OVO, maka semakin tinggi juga minat penggunaan e-Wallet OVO pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha.

Penelitian yang dilakukan oleh Qoes Atieq & Nurpiani (2022), bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat minat mahasiswa yang merupakan nasabah BSI untuk menggunakan *mobile banking* dengan variabel independen yang digunakan kemudahan penggunaan, manfaat dan risiko. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 91 orang. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini analisis deskriptif dengan menggunakan SPSS Versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Hal ini disebabkan mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon semakin sadar dan terbiasa menggunakan

teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan teknologi, termasuk *mobile banking*, secara terus-menerus melatih keterampilan dan mengurangi kesulitan dalam penggunaannya. Oleh karena itu, kemudahan atau kesulitan penggunaan *mobile banking* tidak memengaruhi minat dan penggunaannya. Sedangkan manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Hal ini disebabkan karena menggunakan *mobile banking* dapat meningkatkan produktivitasnya, serta penggunaan *mobile banking* akan memberikan manfaat bagi nasabah, seperti dapat mempersingkat waktu untuk melakukan transaksi perbankan, transaksi dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, dan lain sebagainya. Sehingga *mobile banking* dapat memberikan manfaat yang positif bagi yang menggunakannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Nizar & Yusuf (2022), bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja, untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja. Teknik pengambilan sampel dengan *Proportionate Stratified Random Sampling*. Dengan menggunakan sampel sebanyak 384 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis jalur (*Path Analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Hal tersebut menunjukkan bahwa

semakin mudah penggunaan aplikasi LinkAja bagi konsumen, maka akan semakin besar pengaruhnya terhadap minat konsumen untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Priyatna et al. (2022), bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO, baik secara parsial maupun simultan di OVO Visionet. Pengambilan sampel menggunakan teknik nonprobability sampling serta metode sampling insidental dengan jumlah sampel sebanyak 75 orang. Teknik dan alat pengumpulan data adalah dengan kuesioner atau angket. Teknik analisis data menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. Hal tersebut dapat diartikan semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan dompet digital OVO. Dengan kata lain, kemudahan dalam memahami dan mengoperasikan aplikasi menjadi faktor penting yang mendorong pengguna untuk tertarik dan terus menggunakan layanan tersebut. Selanjutnya kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan, maka semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan dompet digital OVO.

Penelitian yang dilakukan oleh Noviyanti & Erawati (2021), bertujuan untuk mengetahui berbagai macam persepsi yang dapat mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan *financial technology* (*fintech*). Pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan metode random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan secara signifikan berpengaruh positif terhadap minat pelaku UMKM menggunakan *financial technology*. Hal ini mengartikan bahwa jika persepsi kemudahan penggunaan semakin mudah digunakan, mudah dipelajari, mudah untuk berinteraksi dan fleksibel maka minat pelaku UMKM dalam menggunakan *financial technology* akan meningkat sebesar

Penelitian yang dilakukan oleh Atriani et al (2020), bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital OVO. metode pengumpulan data survey dan teknik nonprobability sampling dengan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji *goodness of fit*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Hal ini dikarenakan semakin tinggi Persepsi Manfaat maka akan semakin meningkat pula minat mereka untuk menggunakan dompet digital Ovo. Kemudian Kemudahan Penggunaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital Ovo

di Kota Mataram. Hal ini disebabkan oleh semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan maka semakin meningkat Minat untuk menggunakan dompet digital Ovo.

Penelitian yang dilakukan oleh Naufaldi & Tjokrosaputro (2020), bertujuan untuk menguji apakah persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan merupakan prediktor positif dari niat untuk menggunakan DANA di Jakarta. Sampel yang dipilih menggunakan metode *convenience sampling* dengan jumlah responden sebanyak 200 orang. data kemudian diolah menggunakan smartPLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Intention to Use*, artinya semakin mudah suatu sistem atau teknologi dirasakan oleh pengguna, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk menggunakannya. Kemudian *Perceived Usefulness* juga memiliki berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Intention to Use*, artinya semakin tinggi persepsi pengguna bahwa suatu sistem/teknologi bermanfaat bagi mereka, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk menggunakannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Rodiah & Melati (2020), bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-wallet pada generasi milenial Kota Semarang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Teknik sampling yang digunakan dalam

penelitian ini adalah *incidental sampling* dengan responden yang berjumlah 160 orang. Analisis data menggunakan prosedur statistik dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet. Hal ini disebabkan karena persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat generasi milenial Kota Semarang dalam menggunakan e-wallet. Kemudian persepsi kemanfaatan juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet. Persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap minat penggunaan e-wallet mungkin dikarenakan responden yang diambil pada penelitian ini adalah generasi milenial yang berusia 20-40 tahun. Generasi milenial terkenal dengan gaya hidup yang *cashless*. Pola hidup tersebut sesuai dengan manfaat e-wallet yang ditawarkan seperti pembayaran transportasi, pembelian pulsa atau listrik, pembelian makanan dan lainnya hanya melalui *smartphone*. Sehingga responden penelitian ini menikmati manfaat yang ditawarkan oleh layanan e-wallet.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun), Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ahsyar (2025), "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank BRI	Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif	Variabel: Kemudahan Penggunaan, Minat Menggunakan. Metode penelitian:	Variabel: Risiko. Objek dan lokasi penelitian: nasabah Bank BRI Cabang

5	Fadillah & ZA (2023), “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Canva”.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Variabel: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Minat Menggunakan. Metode penelitian: kuantitatif.	Objek penelitian: Aplikasi Canva.
6	Iffat & Laksmi (2023), “Pengaruh persepsi manfaat , kemudahan penggunaan, risiko terhadap minat menggunakan dompet elektronik”.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Variabel: persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, minat menggunakan. Menggunakan. Metode penelitian: kuantitatif.	Variabel: Risiko. Objek dan lokasi penelitian: penggunaan dompet elektronik pada Masyarakat Kota Medan.
7	Rahmawati & Wati (2023), “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Promosi Cashback terhadap Minat Menggunakan kembali dompet Digital Shopeepay (Studi pada Mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta”.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Variabel:Persepsi Kemudahan Penggunaan, Minat Menggunakan. Metode penelitian: kuantitatif.	Variabel:Persepsi Risiko, Promosi Cashback. Objek dan lokasi penelitian: Mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani di Yogyakarta.
8	Yudistira & Masdiantini (2023), “Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Manfaat dan Kepuasan Pengguna terhadap Minat Penggunaan E-Wallet OVO pada Mahasiswa	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Variabel: Persepsi Manfaat, Kepuasan Pengguna, Minat Penggunaan. Metode	Variabel: Literasi Keuangan. Objek dan lokasi penelitian: Penggunaan E-Wallet

	S1 Akuntansi Undiksha”.		penelitian: kuantitatif.	OVO pada Mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha
9	Atieq & Nurpiani (2022), “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah (Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Variabel: Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Minat Menggunakan. Metode penelitian: kuantitatif.	Variabel: risiko. Objek dan lokasi penelitian: Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
10	Nizar & Yusuf (2022), “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot LinkAja”.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Variabel: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Minat Menggunakan. Metode penelitian: kuantitatif.	Variabel: Kepercayaan Objek penelitian: Aplikasi Dompot Digital LinkAja.
11	Priyatna et al. (2022), Minat Menggunakan Dompot Digital Ovo: Kemudahan Penggunaan Dan Kepuasan Pelanggan	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Variabel: Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Pelanggan, Minat Menggunakan. Metode penelitian: kuantitatif.	Objek penelitian: Dompot Digital Ovo
12	Noviyanti & Erawati (2021), Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Variabel: Persepsi Kemudahan, Minat Menggunakan. Metode penelitian: kuantitatif.	Variabel: Kepercayaan, Efektivitas. Objek dan lokasi penelitian: Financial Technology (Fintech), Kabupaten Bantul
13	Atriani et al (2020),	Penelitian	Variabel:	Objek dan

	“Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital”.	ini menggunakan metode kuantitatif	Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Minat Menggunakan. Metode penelitian: kuantitatif.	lokasi penelitian: Dompot Digital (OVO), kota Mataram.
14	Naufaldi & Tjokrosaputro (2020), “Pengaruh Perceived Ease Of Use , Perceived Usefulness , dan Trust terhadap Intention To Use”.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Variabel: Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Intention To Use. Metode penelitian: kuantitatif.	Variabel: Trust. Objek dan lokasi penelitian: pengguna DANA di Jakarta.
15	Rodiah & Melati (2020), “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang”.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Variabel: Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Minat Menggunakan. Metode penelitian: kuantitatif.	Variabel: Risiko, Kepercayaan. Objek dan lokasi penelitian: penggunaan E-wallet pada Generasi Milenial, Kota Semarang

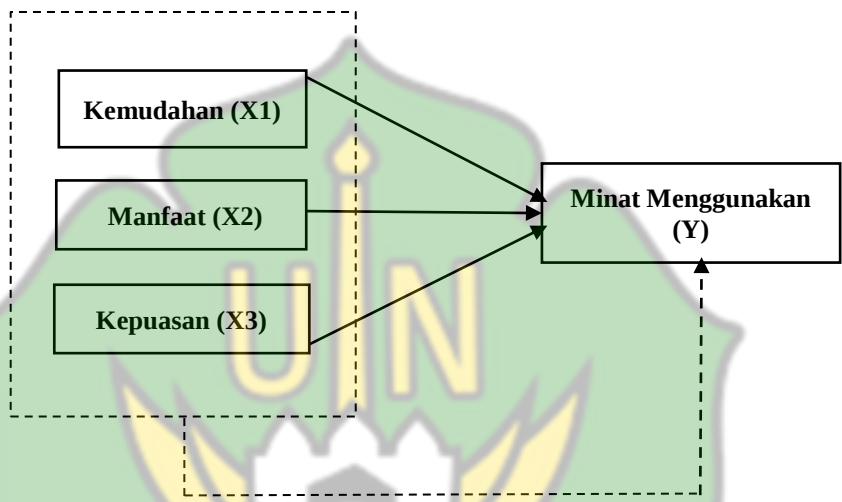
Sumber: Data Diolah (2026)

2.10 Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir merupakan uraian sementara mengenai fenomena atau gejala yang menjadi objek penelitian. Kerangka berpikir yang disusun dengan baik akan menerangkan secara teoritis hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Oleh karena itu, secara konseptual perlu dijelaskan keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian tersebut (Sugiyono, 2013). Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan di

atas, maka kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.

Gambar 2.1
Skema Kerangka Pemikiran



Sumber: Data Diolah (2026)

2.11 Pengembangan Hipotesis

Seperti yang telah digambarkan pada kerangka berfikir, terdapat beberapa indikator yang mempengaruhi minat menggunakan agen BSI Smart , diantaranya adalah kemudahan, manfaat dan kepuasan sehingga peneliti dapat menarik hipotesis. Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang didasarkan pada teori yang relevan dan penalaran logis, tetapi masih perlu dibuktikan melalui data empiris (Abdullah et al., 2022). Adapun pengembangan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.11.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan layanan Agen BSI Smart

Kemudahan merupakan persepsi masyarakat mengenai tingkat kemudahan dalam menggunakan layanan Agen BSI Smart, yang dapat dilihat dari sejauh mana layanan tersebut mudah dipahami, dipelajari, dan digunakan dalam melakukan transaksi. Apabila masyarakat merasakan bahwa layanan mudah digunakan dan tidak menyulitkan, maka hal tersebut dapat meningkatkan minat untuk menggunakan layanan tersebut. Dengan demikian, semakin tinggi kemudahan yang dirasakan, maka semakin besar pula minat masyarakat untuk menggunakan layanan Agen BSI Smart. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Abrilia & Sudarwanto (2020) yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, sehingga menunjukkan bahwa kemudahan merupakan faktor penting dalam meningkatkan minat penggunaan layanan digital.

H₁: Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar.

2.11.2 Pengaruh Manfaat Terhadap Minat Menggunakan layanan Agen BSI Smart

Manfaat merupakan persepsi masyarakat mengenai kegunaan layanan Agen BSI Smart dalam memenuhi kebutuhan transaksi keuangan, seperti efisiensi waktu, kemudahan akses, serta kemampuan layanan dalam membantu transaksi menjadi lebih cepat dan praktis. Apabila masyarakat merasakan manfaat yang

tinggi dari layanan tersebut, maka minat untuk menggunakannya akan semakin meningkat. Dengan demikian, persepsi manfaat memiliki peran penting dalam meningkatkan minat menggunakan layanan Agen BSI Smart. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Asja et al (2021) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, sehingga menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan, maka semakin besar minat penggunaan layanan tersebut.

H₂: Manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar.

2.11.3 Pengaruh Kepuasan Terhadap Minat Menggunakan layanan Agen BSI Smart

Kepuasan merupakan perasaan yang muncul setelah masyarakat menggunakan layanan Agen BSI Smart, yaitu hasil perbandingan antara harapan dengan pengalaman yang dirasakan. Apabila masyarakat merasa puas karena layanan sesuai dengan kebutuhan dan harapan, maka masyarakat akan cenderung memiliki minat untuk menggunakan kembali layanan tersebut. Kepuasan juga dapat membentuk pengalaman positif yang memperkuat minat masyarakat dalam menggunakan layanan Agen BSI Smart. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kepuasan masyarakat, maka semakin besar pula minat masyarakat untuk menggunakan layanan Agen BSI Smart. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Kamalia & Fazizah (2025) yang menyatakan bahwa kepuasan memiliki

pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan, yang menunjukkan bahwa kepuasan menjadi faktor penting dalam mendorong terbentuknya minat penggunaan kembali suatu layanan.

H₃: Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, karena data yang akan dikumpulkan berbentuk angka-angka yang kemudian dianalisis secara statistik. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan statistik dalam menguji hipotesis guna memperoleh kesimpulan berdasarkan data empiris yang dikumpulkan melalui proses pengukuran (Siyoto & Sodik, 2015). Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif, karena bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Kemudahan, Manfaat, dan Kepuasan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Agen BSI Smart Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Kuta Baro, Kabupaten Aceh Besar. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa di wilayah tersebut telah terdapat layanan Agen BSI Smart yang dimanfaatkan oleh masyarakat dalam melakukan berbagai transaksi keuangan. Alasan lainnya dalam pemilihan Lokasi Secara geografis, jarak menuju kantor cabang Bank Syariah Indonesia terdekat relatif cukup jauh, yaitu sekitar ± 6 km dari sebagian wilayah permukiman, sehingga berpotensi menjadi kendala dalam mengakses layanan perbankan secara langsung. Meskipun demikian, fasilitas ATM serta layanan

mobile banking yang menawarkan kemudahan akses telah tersedia. Namun pada kenyataannya, masyarakat masih cenderung memilih menggunakan layanan Agen BSI Smart dalam melakukan transaksi keuangan, yang menunjukkan bahwa di tengah berbagai alternatif layanan yang lebih modern dan praktis, minat menggunakan terhadap Agen BSI Smart tetap tinggi.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta dijadikan dasar dalam penarikan kesimpulan. Populasi tidak hanya merujuk pada jumlah objek atau subjek yang diteliti, tetapi juga mencakup seluruh karakteristik atau sifat yang melekat pada objek atau subjek tersebut (Paramita et al., 2021).

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Kabupaten Aceh Besar yang berjumlah 28.455 jiwa berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024. Jumlah penduduk tersebut menunjukkan potensi masyarakat yang cukup besar dalam pemanfaatan layanan keuangan berbasis keagenan, khususnya Agen BSI Smart.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Apabila ukuran populasi sangat besar sehingga peneliti tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh

anggota populasi karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat mengambil sebagian dari populasi tersebut untuk dijadikan sampel penelitian (Abdullah et al., 2022).

Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan jenis *random sampling*. *Probability sampling* merupakan suatu teknik dalam pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi bagian dari sampel penelitian. Sedangkan *random sampling* merupakan cara pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memandang latar belakang atau karakteristik tertentu dari anggota populasi. Dalam penerapan teknik ini, peneliti memberikan kesempatan yang setara kepada seluruh anggota populasi, baik secara individu maupun secara berkelompok, untuk dapat terpilih menjadi bagian dari sampel penelitian (Abubakar, 2021).

Dengan jumlah populasi yang sudah diketahui yaitu sebanyak 28.455 jiwa, penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% untuk memperoleh jumlah sampel yang mewakili populasi tersebut.

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

Keterangan:

n = ukuran sampel/jumlah responden

N = ukuran populasi

e = *margin of error* 5%

Berdasarkan rumus tersebut maka diperoleh jumlah sampel yang akan diambil sebagai:

$$\frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{28.455}{1 + 28.455 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{28.455}{1 + 24.455 (0,0025)}$$

$$n = \frac{28.455}{1 + 71,1375}$$

$$n = \frac{28.455}{72,1375}$$

$$n = 394,45 \text{ (dibulatkan menjadi 400)}$$

Dengan demikian, berdasarkan hasil perhitungan ukuran sampel, jumlah responden minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 400 responden.

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Data merupakan kumpulan informasi yang dibutuhkan untuk keperluan analisis maupun sebagai dasar dalam proses pengambilan keputusan (Paramita et al., 2021). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2013), data primer merupakan data yang diperoleh

secara langsung oleh peneliti dari sumber yang memberikan informasi kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat yang pernah menggunakan layanan Agen BSI Smart di Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner/Angket merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang relevan serta memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi. Metode ini berupa serangkaian pertanyaan tertulis yang harus dijawab oleh responden dan disusun sesuai dengan topik penelitian yang diteliti oleh peneliti (Abdullah et al., 2022). Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup adalah jenis kuesioner yang menyediakan pilihan jawaban pada setiap pertanyaan, sehingga responden hanya perlu memilih salah satu jawaban yang tersedia tanpa menambahkan jawaban lain (Abubakar, 2021). Penggunaan kuesioner tertutup juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis terhadap data kuesioner yang telah terkumpul. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dalam bentuk Google Form yang disebarakan melalui WhatsApp (WA) dan barcode, serta kuesioner dalam bentuk cetak yang dibagikan secara langsung kepada masyarakat yang pernah menggunakan layanan Agen BSI Smart di Kecamatan Kuta Baro, Kabupaten Aceh Besar.

3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah suatu kesepakatan yang dijadikan sebagai pedoman dalam menentukan panjang atau pendeknya *interval* pada suatu alat ukur sehingga dapat menghasilkan data yang bersifat kuantitatif (Paramita et al., 2021). Item-item pada instrumen kuesioner dalam penelitian ini diukur menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi individu maupun kelompok terhadap suatu variabel yang diteliti. Skala *likert* memiliki lima pilihan jawaban responden, yaitu: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Kurang Setuju (KS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS), seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1
Pengukuran Skala Likert

Keterangan	Singkatan	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Kurang Setuju	KS	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber: Sugiyono (2013)

3.6 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.6.1 Variabel Dependen (Y)

Variabel terikat atau variabel dependen, yang sering disebut sebagai variabel output, kriteria, atau konsekuen, adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau muncul sebagai akibat dari pengaruh variabel bebas tersebut (Siyoto & Sodik, 2015).

Variabel dependen atau terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Minat Menggunakan (Y).

3.6.2 Variabel Bebas (X)

Variabel bebas sering disebut sebagai variabel independen, stimulus, prediktor, atau antecedent. Variabel ini merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel terikat (Siyoto & Sodik, 2015). Variabel independen atau bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kemudahan (X1), Manfaat (X2), dan Kepuasan (X3).

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Konsep	Indikator	Item	Skala
1	Minat (Y),	suatu keadaan yang muncul ketika seseorang memahami karakteristik atau makna tertentu dari suatu situasi yang berkaitan dengan keinginan serta kebutuhan dirinya (Octaviana & Yusuf, 2021).	a. Minat Transaksional b. Minat Referensial c. Minat Eksploratif d. Minat Preferensial (Wijaya & Witono, 2025)	1-2 3-4 5-6 7-8	<i>Likert</i>
2	Kemudahan (X ₁)	Keyakinan pengguna bahwa suatu sistem dapat digunakan tanpa membutuhkan upaya yang besar, sehingga sistem tersebut dirancang untuk memberikan pengalaman yang praktis dan efisien bagi para penggunanya (Rosita et al., 2024).	a. Mudah Digunakan b. Mudah Dimengerti c. Mudah Dipelajari d. Fleksibel (Gasperz & Lekatompessy , 2024)	9-10 11-12 13-14 15-16	<i>Likert</i>

Tabel 3.2 -Lanjutan

3	Manfaat (X ₂)	Tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem mampu meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang dirasakan berkaitan dengan keyakinan individu terhadap keuntungan yang dapat diperoleh ketika memanfaatkan teknologi informasi. Persepsi terhadap manfaat mencerminkan pandangan individu mengenai sejauh mana teknologi informasi memberikan nilai dan keuntungan bagi dirinya (Nurdin et al., 2021)	a. Meningkatkan Kinerja b. Menambah Produktivitas c. Meningkatkan Efektivitas d. Memberi Manfaat Nyata (Wijaya & Witono, 2025)	17-18 19-20 21-22 23-24	<i>Likert</i>
4	Kepuasan (X ₃)	Kepuasan dapat dipahami sebagai perasaan puas, senang, dan lega yang dirasakan seseorang setelah memperoleh produk, jasa, atau layanan dengan baik sesuai dengan harapan dan keinginannya (Rismawan, 2024).	a. Perasaan Puas b. Kesesuaian Harapan c. Kesedian Merekomendasikan d. Selalu membeli produk (Ndruru et al., 2021)	25-26 27-28 29-30 31-32	<i>Likert</i>

Sumber: data diolah 2026

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik dengan memanfaatkan aplikasi komputer *Software Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 22. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah seluruh data dari responden terkumpul. Proses analisis data meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, penyajian data untuk setiap variabel yang diteliti, serta melakukan perhitungan guna menjawab rumusan masalah penelitian.

3.8 Uji Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Abubakar (2021), validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat keabsahan suatu instrumen penelitian. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila setiap item pertanyaan mampu mencerminkan variabel yang diukur. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 22 melalui metode Uji Validitas *Pearson Product Moment*. Adapun kriteria yang digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan pada uji validitas *Pearson Product Moment* adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel pada taraf signifikansi 0,05, maka instrumen pengukuran yang digunakan dinyatakan valid.
2. Apabila nilai r hitung lebih kecil dari nilai r tabel pada taraf signifikansi 0,05, maka instrumen pengukuran yang digunakan dinyatakan tidak valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur mampu memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan pada objek yang sama. Uji ini dilakukan untuk melihat apakah hasil pengukuran tetap stabil apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan instrumen yang sama. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS untuk menghitung nilai *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 (Sugiyono, 2013).

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi, baik variabel independen maupun variabel dependen, memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan (Ghozali, 2018). Uji normalitas dapat dilakukan melalui dua pendekatan,

yaitu analisis grafik dan analisis statistik. Pada analisis grafik, normalitas residual dapat diketahui dengan melihat grafik histogram yang memperlihatkan perbandingan antara distribusi data dengan distribusi normal.

Selain itu, pengujian juga dapat dilakukan menggunakan normal *probability plot* (*P-P Plot*) yang membandingkan distribusi kumulatif data dengan distribusi normal. Adapun dasar pengambilan keputusan berdasarkan analisis normal *probability plot* adalah sebagai berikut:

1. Apabila titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal, maka data menunjukkan pola distribusi yang normal sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Apabila titik-titik data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka data tidak menunjukkan pola distribusi normal sehingga model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.9.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas merupakan kondisi ketika terdapat hubungan atau korelasi yang sangat kuat di antara variabel independen. Dalam model regresi yang baik, seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Untuk mengetahui adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas yang berbahaya

atau model tersebut lolos dari uji multikolinearitas (Paramita et al., 2021).

3.9.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan kondisi ketika varians dari variabel gangguan tidak bersifat konstan. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi perbedaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. (Ghozali, 2018). Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan metode *scatterplot*. Pada grafik tersebut, sumbu horizontal menunjukkan *Predicted Standardized*, sedangkan sumbu vertikal menunjukkan *Regression Studentized Residual*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan metode *scatterplot* adalah sebagai berikut:

1. Apabila titik-titik pada grafik menyebar secara acak, baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu *Regression Studentized Residual*, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.
2. Apabila titik-titik pada grafik membentuk suatu pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat gejala heteroskedastisitas.

3.10 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara dua variabel atau lebih, serta untuk menunjukkan

arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independent (Ghozali, 2018). Adapun pada penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk melihat pengaruh kemudahan, manfaat, dan kepuasan terhadap minat menggunakan layanan agen BSI Smart pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar.

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

Keterangan:

Y = Minat Menggunakan

X1 = Kemudahan

X2 = Manfaat

X3 = Kepuasan

α = Konstanta

b = Koefesien regresi

e = Error term

3.11 Pembuktian Hipotesis

3.11.1 Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen dalam penelitian ini terhadap variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2018). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara parsial atau individu memiliki pengaruh yang signifikan

terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi tertentu dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

- a. Apabila nilai $\text{sig} > 0,05$ atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y maka, H_a yang diajukan ditolak (menerima H_o).
- b. Apabila nilai $\text{sig} < 0,05$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y maka, H_a yang diajukan diterima (menolak H_o)

Ketentuan konsep pembuktian hipotesis diterima dan ditolak

1. Menerima H_{a1} Jika kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan BSI Smart
2. Menerima H_{o1} Jika kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan BSI Smart
3. Menerima H_{a2} Jika manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan BSI Smart
4. Menerima H_{o2} Jika manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan BSI Smart
5. Menerima H_{a3} Jika kepuasan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan BSI Smart
6. Menerima H_{o3} Jika kepuasan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan BSI Smart

3.11.2 Uji Secara Simultan (Uji f)

Signifikansi model regresi secara simultan dapat diuji dengan melihat nilai signifikansi (sig). Apabila nilai $\text{sig} < 5\%$, maka variabel independen dinyatakan berpengaruh terhadap variabel

dependen. Uji f statistik digunakan untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (Ghozali, 2018).

- a. Apabila nilai $\text{Sig} < 0,05$ atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka variabel X secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y.
- b. Apabila nilai $\text{Sig} > 0,05$ atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka variabel X secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Ketentuan konsep pembuktian hipotesis diterima dan ditolak

1. Merima H_{a4} Jika kemudahan, manfaat, kepuasan secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan BSI Smart
2. Merima H_{o4} Jika kemudahan, manfaat, kepuasan secara simultan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan BSI Smart

3.11.3 Uji Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana variasi pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi. Nilai koefisien determinasi berada pada rentang 0 sampai 1 atau dituliskan dalam rumus ($0 \leq R^2 \leq 1$). Apabila nilai R^2 mendekati 0, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati 1, maka variabel independen mampu memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi pada variabel dependen. Dengan

demikian, semakin besar nilai R^2 , semakin besar pula pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Secara geografis, Kecamatan Kuta Baro merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Aceh Besar, Provinsi Aceh. Kecamatan ini memiliki luas wilayah sekitar 61,07 km² dan terdiri atas 5 mukim serta 47 gampong. Wilayah Kecamatan Kuta Baro bukan merupakan kawasan pesisir sehingga tidak berbatasan langsung dengan laut. Berdasarkan letak administratifnya, Kecamatan Kuta Baro berbatasan dengan Kecamatan Darussalam di sebelah utara, Kecamatan Ingin Jaya dan Kecamatan Blang Bintang di sebelah selatan, Kecamatan Krueng Barona Jaya di sebelah barat, serta Kecamatan Darussalam di sebelah timur.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Aceh Besar, jumlah penduduk Kecamatan Kuta Baro mencapai 28.455 jiwa. Wilayah ini didominasi oleh kawasan pertanian, sehingga sebagian besar masyarakat bermata pencaharian sebagai petani. Selain itu, terdapat pula penduduk yang bekerja sebagai pedagang, pegawai negeri, wiraswasta, serta pada sektor jasa lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Kecamatan Kuta Baro memiliki karakteristik masyarakat yang beragam dengan aktivitas ekonomi yang terus berkembang, sehingga menjadi lokasi yang relevan untuk mengkaji minat masyarakat dalam menggunakan layanan Agen BSI Smart sebagai salah satu bentuk layanan keuangan inklusif berbasis branchless banking.

4.2 Deskripsi Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Kabupaten Aceh Besar yang menggunakan layanan Agen BSI Smart. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 400 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Probability Sampling dengan metode Simple Random Sampling, sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai responden. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini diuraikan berdasarkan umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, Jenis Layanan Yang Digunakan, dan Transaksi Agen BSI Smart Perbulan.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Kabupaten Aceh Besar disajikan pada Tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Usia	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1	< 20 Tahun	43	10,8
2	21 - 30 Tahun	254	63,5
3	31- 40 Tahun	44	11,0
4	41-50 Tahun	39	9,8
5	>51 Tahun	20	5,0
Jumlah		400	100

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa responden yang paling mendominasi adalah responden dengan rentang usia 21- 30 tahun. Sehingga dapat dirincikan responden dengan rentang

usia 21-30 tahun berjumlah 254 orang dengan persentase 63,5%, responden dengan rentang usia 31-40 tahun berjumlah 44 orang dengan persentase 11,0%, responden dengan rentang usia < 20 tahun berjumlah 43 orang dengan persentase 10,8%, responden dengan rentang usia 41-50 tahun berjumlah 39 orang dengan persentase 9,8% dan responden dengan rentang usia > 51 Tahun tahun berjumlah 20 orang dengan persentase 5,0%.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Kabupaten Aceh Besar disajikan pada Tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1	Laki-laki	109	27,3
2	Perempuan	291	72,8
	Jumlah	400	100

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa responden yang paling mendominasi adalah responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase 72,8%. Sehingga dapat dirincikan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 291 orang dan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 109 dengan persentase 27,3%.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Kabupaten Aceh Besar disajikan pada Tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1	SD s/d SMA	221	55,3
2	D1 s/d D3	27	6,8
3	D4/S1	143	35,8
4	Magister (S2)	7	1,8
5	Doktor (S3)	2	0,5
Jumlah		400	100

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa responden yang paling mendominasi adalah responden dengan pendidikan terakhir SMP-SMA. Sehingga dapat dirincikan responden dengan pendidikan terakhir SMP-SMA berjumlah 221 orang dengan persentase 55,3%, responden dengan pendidikan terakhir D4/S1 berjumlah 143 orang dengan persentase 35,8%, responden dengan pendidikan terakhir D1 s/d D3 berjumlah 27 orang dengan persentase 6,8%, responden dengan pendidikan terakhir Magister (S2) berjumlah 7 orang dengan persentase 1,8%, dan responden dengan pendidikan terakhir Doktor (S3) berjumlah 2 orang dengan persentase 0,5%.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Kabupaten Aceh Besar disajikan pada Tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1	PNS/TNI/POLRI	22	5,5
2	<i>Freelance</i>	100	25,0
3	Profesional	15	3,8
4	Wiraswasta	44	11,0
5	IRT/Pensiun	49	12,3
6	Petani	8	2,0
7	Pengusaha	43	10,8
8	Pegawai Swasta/Kontrak/Honorarium	41	10,3
9	Lainnya	78	19,5
Jumlah		400	100

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa responden yang paling mendominasi adalah responden dengan pekerjaan *freelance*. Sehingga dapat dirincikan responden dengan pekerjaan *freelance* berjumlah 100 orang dengan persentase 25,0%, responden dengan pekerjaan lainnya berjumlah 78 orang dengan persentase 19,5%, responden dengan pekerjaan IRT/Pensiun berjumlah 49 orang dengan persentase 12,3%, responden dengan pekerjaan wiraswasta berjumlah 44 orang dengan persentase 11,0%, responden dengan pekerjaan pengusaha berjumlah 43 orang dengan persentase 10,8%, responden dengan pekerjaan Pegawai Swasta/Kontrak/Honorarium berjumlah 41 orang dengan persentase 10,3%, responden dengan pekerjaan PNS/TNI/POLRI

berjumlah 22 orang dengan persentase 5,5%, responden dengan pekerjaan professional berjumlah 15 orang dengan persentase 3,8% dan responden dengan pekerjaan petani berjumlah 8 orang dengan persentase 2,0%.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Layanan Yang Digunakan

Karakteristik responden berdasarkan jenis layanan yang digunakan masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Kabupaten Aceh Besar disajikan pada Tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Layanan Yang Digunakan

No	Jenis Layanan Yang Digunakan	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1	Transaksi (Setor tunai, Tarik tunai, Transfer)	248	62,0
2	Pembayaran (PBB, PDAM, BPJS.)	17	4,3
3	Pembelian (PLN, Pulsa, Gopay, ShopeePay)	117	29,3
4	Program Pemerintah (Bantuan Sosial)	16	4,0
5	Layanan Islami (Ziswaf, Pendaftaran & Pelunasan Haji)	2	0,5
Jumlah		400	100

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa responden yang paling mendominasi adalah responden dengan jenis layanan Transaksi (Setor tunai, Tarik tunai, Transfer) yang berjumlah 248 orang dengan persentase 62,0%. Selanjutnya responden dengan jenis layanan Pembelian (PLN, Pulsa, Gopay, ShopeePay) berjumlah 117 orang dengan persentase 29,3%, responden dengan

jenis layanan Pembayaran (PBB, PDAM, BPJS.) berjumlah 17 orang dengan persentase 4,3%, responden dengan jenis layanan Program Pemerintah (Bantuan Sosial) berjumlah 16 orang dengan persentase 4,0%, dan responden dengan jenis layanan Layanan Islami (Ziswaf, Pendaftaran & Pelunasan Haji) berjumlah 2 orang dengan persentase 0,5%.

4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Layanan Agen BSI Smart Perbulan

Karakteristik responden berdasarkan penggunaan layanan Agen BSI Smart perbulan oleh masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Kabupaten Aceh Besar disajikan pada Tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Layanan Agen BSI Smart Perbulan

No	Transaksi Agen BSI Smart Perbulan	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1	hanya sekali	116	29,0
2	2-4 kali	170	42,5
3	4-6 kali	59	14,8
4	6-8 kali	23	5,8
5	8-10 kali	16	4,0
6	> 10 kali	0	0
7	> setiap hari	16	4,0
Jumlah		400	100

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa responden yang paling mendominasi adalah responden dengan penggunaan layanan 2-4 kali yang berjumlah 170 orang dengan persentase 42,5%. Selanjutnya responden dengan penggunaan layanan hanya sekali yang berjumlah 116 orang dengan persentase 29,0%, responden dengan penggunaan layanan 4-6 kali yang berjumlah 59

orang dengan persentase 14,8%, responden dengan penggunaan layanan 6-8 kali yang berjumlah 23 orang dengan persentase 5,8%, responden dengan penggunaan layanan 8-10 kali yang berjumlah 16 orang dengan persentase 4,0%, responden dengan penggunaan layanan > setiap hari yang berjumlah 16 orang dengan persentase 4,0%. dan responden dengan penggunaan layanan > 10 kali berjumlah 0 orang dengan persentase 0%.

4.3 Tanggapan Responden Penelitian

4.3.1 Tanggapan Jawaban Responden Variabel Kemudahan

Berdasarkan hasil jawaban yang telah diberikan oleh responden, berikut tanggapan para responden terhadap kuesioner yang penulis sebarakan yaitu:

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Variabel Kemudahan

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)	Rata- rata
1	Layanan Agen BSI Smart mudah digunakan dalam melakukan transaksi	2,0	2,0	7,5	63,3	25,3	4,07
2	Prosedur transaksi pada Agen BSI Smart sederhana untuk dilakukan	0,5	0,8	8,3	49,8	40,8	4,29
3	Informasi yang tersedia pada layanan Agen BSI Smart mudah dipahami	1,0	2,0	11,8	51,3	34,0	4,14
4	Penjelasan yang diberikan oleh agen BSI Smart mudah dipahami oleh masyarakat	0,5	2,8	11,0	49,8	36,0	4,18

5	Saya merasa layanan Agen BSI Smart sederhana dalam pengoperasiannya	0,3	2,3	18,5	46,3	32,8	4,09
6	Saya dapat dengan cepat memahami alur transaksi yang dilakukan melalui Agen BSI Smart	1,5	3,8	16,3	44,0	34,5	4,06
7	Layanan Agen BSI Smart dapat digunakan kapan saja	2,5	4,8	15,8	44,0	33,0	4,00
8	Saya dapat menentukan waktu transaksi di Agen BSI Smart sesuai dengan kebutuhan saya	2,0	4,0	10,8	49,5	33,8	4,09
Total Rata-rata							4,11

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa item pernyataan dengan nilai paling tinggi pada variabel kemudahan terdapat pada item no 2 yaitu “Prosedur transaksi pada Agen BSI Smart sederhana untuk dilakukan” dengan nilai 4,29. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasakan Prosedur transaksi pada Agen BSI Smart sangat sederhana untuk dilakukan. sementara item dengan rata-rata paling rendah terdapat pada pernyataan no 7 yaitu “Layanan Agen BSI Smart dapat digunakan kapan saja” dengan nilai 4,00. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak semua responden berpendapat bahwa layanan Agen BSI Smart dapat digunakan kapan pun sesuai dengan kebutuhan mereka.

4.3.2 Tanggapan Jawaban Responden Variabel Manfaat

Berdasarkan hasil jawaban yang telah diberikan oleh responden, berikut tanggapan para responden terhadap kuesioner yang penulis sebarakan yaitu:

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Variabel Manfaat

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)	Rata-rata
1	Layanan Agen BSI Smart membantu saya menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat	1,0	1,3	6,0	55,5	36,3	4,24
2	Dengan adanya Agen BSI Smart, proses transaksi menjadi lebih lancar dan terarah	0,8	2,0	6,3	55,5	35,5	4,23
3	Penggunaan Agen BSI Smart membuat aktivitas transaksi saya menjadi lebih efisien	1,3	1,0	12,3	54,8	30,8	4,12
4	Layanan Agen BSI Smart membantu saya melakukan lebih banyak transaksi dalam waktu yang sama	2,8	6,3	20,0	41,5	29,5	3,88
5	Penggunaan layanan ini dapat mengurangi kesalahan dalam melakukan transaksi	2,8	5,5	18,5	47,5	25,8	3,88
6	Layanan Agen BSI Smart membantu saya mencapai tujuan transaksi dengan lebih tepat	0,8	2,5	9,5	53,0	34,3	4,17
7	Layanan Agen BSI Smart memberikan	1,0	1,0	9,0	53,5	35,5	4,21

	manfaat yang nyata dalam kebutuhan transaksi saya						
8	Saya merasakan dampak positif dari penggunaan layanan Agen BSI Smart dalam aktivitas sehari-hari	2,8	2,5	11,5	47,5	35,8	4,11
Total Rata-rata							4,10

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa item pernyataan dengan nilai paling tinggi pada variabel manfaat terdapat pada item no 1 yaitu “Layanan Agen BSI Smart membantu saya menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat” dengan nilai 4,24. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasakan bahwa prosedur transaksi pada Agen BSI Smart sangat sederhana untuk dilakukan. sementara item dengan rata-rata paling rendah terdapat pada pernyataan no 5 yaitu “Penggunaan layanan ini dapat mengurangi kesalahan dalam melakukan transaksi” dengan nilai 3,88. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak semua responden berpendapat bahwa penggunaan layanan Agen BSI Smart dapat mengurangi kesalahan dalam melakukan transaksi

4.3.3 Tanggapan Jawaban Responden Variabel Kepuasan

Berdasarkan hasil jawaban yang telah diberikan oleh responden, berikut tanggapan para responden terhadap kuesioner yang penulis sebarakan yaitu:

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Variabel Kepuasan

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)	Rata- rata
1	Saya merasa puas setelah menggunakan layanan Agen BSI Smart	1,0	1,0	7,8	59,8	30,5	4,17
2	Saya merasa nyaman saat melakukan transaksi melalui Agen BSI Smart	1,0	1,3	6,8	55,5	35,5	4,23
3	Pengalaman yang saya peroleh saat menggunakan Agen BSI Smart sesuai dengan ekspektasi	0,8	1,8	13,8	49,3	34,5	4,15
4	Kualitas layanan yang diberikan oleh agen sesuai dengan yang saya harapkan	1,8	1,3	7,5	52,8	36,8	4,21
5	Saya akan menyarankan keluarga atau teman untuk menggunakan layanan Agen BSI Smart	2,3	2,3	16,5	49,0	30,0	4,02
6	Saya bersedia merekomendasikan layanan Agen BSI Smart kepada banyak orang lain	3,3	2,3	14,5	47,0	33,0	4,04
7	Saya cenderung terus memanfaatkan layanan Agen BSI Smart untuk kebutuhan transaksi sehari-hari	1,0	3,8	14,3	50,0	31,0	4,06
8	Saya tetap memilih menggunakan Agen BSI Smart selama layanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan	1,0	3,0	13,0	47,3	35,8	4,13
Total Rata-rata							4,12

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa item pernyataan dengan nilai paling tinggi pada variabel kepuasan terdapat pada item no 2 yaitu “Saya merasa nyaman saat melakukan transaksi melalui Agen BSI Smart” dengan nilai 4,23. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa nyaman saat melakukan transaksi melalui Agen BSI Smart. sementara item dengan rata-rata paling rendah terdapat pada pernyataan no 5 yaitu “Saya akan menyarankan keluarga atau teman untuk menggunakan layanan Agen BSI Smart” dengan nilai 4,02. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak semua responden bersedia merekomendasikan layanan Agen BSI Smart kepada keluarga atau teman.

4.3.4 Tanggapan Jawaban Responden Variabel Minat Menggunakan

Berdasarkan hasil jawaban yang telah diberikan oleh responden, berikut tanggapan para responden terhadap kuesioner yang penulis sebarakan yaitu:

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Variabel Minat Menggunakan

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)	Rata-rata
1	Saya berminat menggunakan layanan Agen BSI Smart untuk bertransaksi	1,3	0,5	9,0	56,8	32,5	4,18
2	Saya memiliki keinginan untuk menggunakan layanan Agen BSI Smart dalam waktu dekat	1,3	2,8	13,5	50,0	32,5	4,09
3	Saya bersedia	1,3	2,5	18,5	46,5	31,3	3,57

	menyarankan orang lain untuk memanfaatkan layanan Agen BSI Smart						
4	Saya akan memberikan informasi positif tentang Agen BSI Smart kepada keluarga atau teman	1,8	1,0	10,3	51,0	36,0	4,18
5	Saya tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut tentang layanan Agen BSI Smart	0,3	3,3	17,3	48,8	30,5	4,06
6	Saya ingin mengetahui lebih banyak fitur dan manfaat dari layanan Agen BSI Smart	1,3	4,5	17,0	47,8	29,5	3,99
7	Saya lebih memilih layanan Agen BSI Smart dibandingkan layanan sejenis lainnya	4,3	7,3	20,0	44,0	24,5	3,77
8	Layanan Agen BSI Smart menjadi pilihan utama saya dalam melakukan transaksi	4,5	7,3	19,3	37,5	31,5	3,84
Total Rata-rata							3,83

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa item pernyataan dengan nilai paling tinggi pada variabel minat menggunakan terdapat pada item no 1 yaitu “Saya berminat menggunakan layanan Agen BSI Smart untuk bertransaksi” dengan nilai 4,18. Hasil ini menunjukkan bahwa responden memiliki minat untuk menggunakan layanan Agen BSI Smart dalam melakukan transaksi. Sementara item

dengan rata-rata paling rendah terdapat pada pernyataan no 3 yaitu “Saya bersedia menyarankan orang lain untuk memanfaatkan layanan Agen BSI Smart” dengan nilai 3,57. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak semua responden bersedia merekomendasikan layanan Agen BSI Smart kepada orang lain.

4.4 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

4.4.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 4.11, seluruh item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid. Penentuan validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung pada setiap item dengan nilai r tabel. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel, sehingga setiap item pernyataan memenuhi kriteria validitas.

Nilai r hitung diperoleh melalui pengolahan data menggunakan program SPSS versi 22, dengan menganalisis korelasi masing-masing item terhadap skor total melalui uji *Pearson Product Moment*. Sementara itu, nilai r tabel didapatkan melalui rumus derajat kebebasan (df) = $N - 2$, yaitu $400 - 2 = 398$. Sehingga diperoleh nilai r tabel yang digunakan yaitu r tabel 398 adalah 0,098. Karena nilai r hitung berada diatas 0,098 maka dapat

disimpulkan seluruh item pernyataan dalam penelitian memenuhi kriteria validitas.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0.575	0,098	Valid
X1.2	0.410	0,098	Valid
X1.3	0.512	0,098	Valid
X1.4	0.598	0,098	Valid
X1.5	0.586	0,098	Valid
X1.6	0.626	0,098	Valid
X1.7	0.638	0,098	Valid
X1.8	0.612	0,098	Valid
X2.1	0.608	0,098	Valid
X2.2	0.601	0,098	Valid
X2.3	0.547	0,098	Valid
X2.4	0.616	0,098	Valid
X2.5	0.587	0,098	Valid
X2.6	0.580	0,098	Valid
X2.7	0.573	0,098	Valid
X2.8	0.640	0,098	Valid
X3.1	0.643	0,098	Valid
X3.2	0.601	0,098	Valid
X3.3	0.590	0,098	Valid
X3.4	0.644	0,098	Valid
X3.5	0.654	0,098	Valid
X3.6	0.666	0,098	Valid
X3.7	0.604	0,098	Valid
X3.8	0.633	0,098	Valid
Y.1	0.537	0,098	Valid
Y.2	0.560	0,098	Valid
Y.3	0.665	0,098	Valid
Y.4	0.596	0,098	Valid
Y.5	0.538	0,098	Valid
Y.6	0.693	0,098	Valid
Y.7	0.724	0,098	Valid
Y.8	0.741	0,098	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item-item pernyataan yang sebelumnya telah dinyatakan valid. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap setiap pernyataan menunjukkan tingkat konsistensi yang baik. Untuk mengetahui apakah suatu instrumen dinyatakan reliabel atau tidak, digunakan uji statistik dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Apabila nilai koefisien *Cronbach's Alpha* besar dari 0,60, maka variabel tersebut dapat dinyatakan handal atau reliabel. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan *software* SPSS versi 22. Pada Tabel 4.12 dapat dilihat bahwa *Cronbach's Alpha* variabel kemudahan (X_1) sebesar 0.707, variabel manfaat (X_2) sebesar 0.733, variabel kepuasan (X_3) sebesar 0.781 dan variabel minat menggunakan (Y) sebesar 0.789. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel $> 0,60$ maka dapat disimpulkan seluruh variabel yang diteliti sudah handal atau reliabel.

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

No	Indikator	Minimal cronbach	Cronbach alpha	Keterangan
1	Kemudahan	0,60	0.707	Reliabel
2	Manfaat	0,60	0.733	Reliabel
3	Kepuasan	0,60	0.781	Reliabel
4	Minat Menggunakan	0,60	0.789	Reliabel

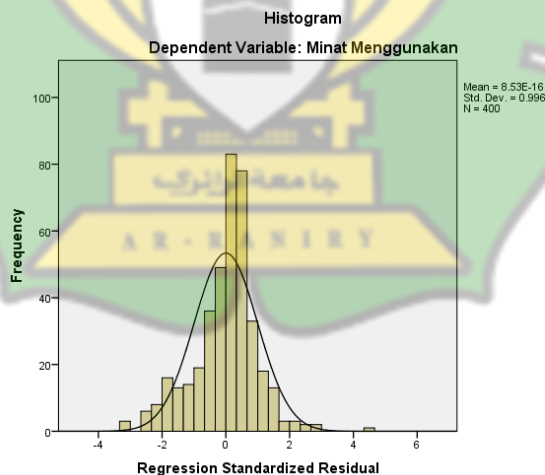
Sumber: Data Primer Diolah (2026)

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

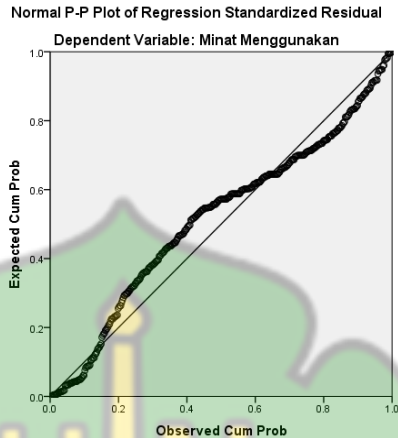
Uji normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi apakah variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode analisis grafik histogram dan metode normal *probability plot*. Berikut Gambar 4.1 dan Gambar 4.2 Grafik Histogram dan grafik normal *probability plot* yang menunjukkan bahwa garis melengkung sempurna dan titik-titik mengikuti arah garis diagonal, artinya residual terdistribusi secara normal.

Gambar 4.1
Grafik Histogram



Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Gambar 4.2
Normal probability plot



Sumber: Data Primer Diolah (2026)

4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan atau korelasi yang tinggi antar variabel independen. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila seluruh variabel independen memiliki nilai $VIF < 10$ atau nilai *tolerance* $> 0,10$, yang berarti tidak adanya gejala multikolinieritas pada model regresi.

Hasil uji melalui *Variance Inflation Factor*(VIF) pada tabel 4.13, menunjukkan bahwa nilai *tolerance* pada Kemudahan sebesar 0,503, Manfaat sebesar 0,456, dan Kepuasan sebesar 0,539. Seluruh variabel nilai *tolerance* $> 0,10$, kemudian nilai VIF pada Kemudahan sebesar 1,989, Manfaat sebesar 2,194, dan Kepuasan sebesar 1,856. Seluruh variabel nilai $VIF < 10$. Maka dapat dinyatakan bahwa model regresi diantara variabel independen tidak

terjadi multikolonieritas, dengan kata lain model regresi linear berganda terbebas dari multikolinearitas dan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinearitas
 Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kemudahan	.503	1.989
Manfaat	.456	2.194
Kepuasan	.539	1.856

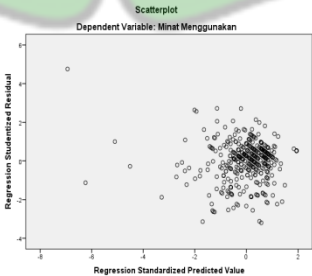
a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian untuk melihat apakah terdapat kesamaan variabel dari pegamatan yang satu ke pengamatan yang lainnya. Berdasarkan gambar 4.3 menunjukkan bahwa data menyebar di atas dan di bawah angka 0, sehingga dapat disimpulkan bahwa model terbebas dari asumsi heteroskedastisitas karena sebaran titik-titik dalam plot tidak menunjukkan adanya suatu pola tertentu.

Gambar 4.3
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer Diolah (2026)

4.6 Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, manfaat dan kepuasan terhadap minat menggunakan. Uji ini juga berfungsi untuk menganalisis pola hubungan antara satu variabel terikat (*dependent*) dengan lebih dari satu variabel bebas (*independent*). Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang disajikan pada Tabel 4.14, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$
$$Y = 3,084 + 0,121X_1 + 0,163X_2 + 0,598X_3$$

Adapun interpretasi dari persamaan diatas adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 3,084 yang berarti apabila variabel kemudahan, manfaat dan kepuasan bernilai 0 maka variabel minat menggunakan akan bernilai 3,084.
2. Koefisien regresi pada variabel kemudahan (X_1) sebesar 0,121. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan dengan nilai koefisien sebesar 0,121. Artinya bahwa setiap peningkatan satu satuan variabel kemudahan, maka akan meningkatkan minat menggunakan sebesar 12,1% dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan atau tetap.
3. Koefisien regresi pada variabel manfaat (X_2) sebesar 0,163. Hal ini menunjukkan bahwa variabel manfaat memiliki

pengaruh positif terhadap minat menggunakan dengan nilai koefisien sebesar 0,163. Artinya bahwa setiap peningkatan satu satuan variabel manfaat, maka akan meningkatkan minat menggunakan sebesar 16,3% dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan atau tetap.

4. Koefisien regresi pada variabel kepuasan (X_3) sebesar 0,598. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan dengan nilai koefisien sebesar 0,598. Artinya bahwa setiap peningkatan satu satuan variabel kepuasan, maka akan meningkatkan minat menggunakan sebesar 59,8% dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan atau tetap.

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	3.084	1.544			1.997	.046
Kemudahan	.121	.059	.102		2.049	.041
Manfaat	.163	.060	.141		2.703	.007
Kepuasan	.598	.053	.542		11.285	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan
 Sumber: Data Primer Diolah (2026)

4.7 Uji Hipotesis

4.7.1 Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Uji parsial (Uji-t) bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial

(individu). Pengujian bertujuan untuk melihat apakah hipotesis diterima atau ditolak. Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dengan nilai signifikan 0,05 (5%). Berdasarkan tabel 4.15, maka dapat disimpulkan hasil uji t adalah sebagai berikut:

1. Diketahui nilai signifikansi variabel kemudahan (X_1) terhadap minat menggunakan (Y) sebesar $0,041 < 0,05$ dan nilai t hitung 2.049 lebih besar dari nilai t tabel 1,966 ($2.049 > 1,966$) maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan.
2. Diketahui nilai signifikansi variabel manfaat (X_2) terhadap minat menggunakan (Y) $0,007 < 0,05$ dan nilai t hitung 2.703 lebih besar dari nilai t tabel 1,966 ($2.703 > 1,966$) maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Dengan demikian, disimpulkan bahwa manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan.
3. Diketahui nilai signifikansi variabel kepuasan (X_3) terhadap minat menggunakan (Y) $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung 11.285 lebih besar dari nilai t tabel 1,966 ($11.285 > 1,966$) maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Dengan demikian, disimpulkan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan.

Tabel 4.15
Hasil Uji Parsial (Uji-t)
 Coefficients^a

Model	t	Sig.
1 (Constant)	1.997	.046
Kemudahan	2.049	.041
Manfaat	2.703	.007
Kepuasan	11.285	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber : Data Primer Diolah (2026)

4.7.2 Uji Simultan (Uji-F)

Uji Simultan (Uji-F) bertujuan untuk melihat pengaruh dari setiap variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Berdasarkan Tabel 4.16, diketahui bahwa nilai signifikansi pengaruh variabel kemudahan (X_1), manfaat (X_2), dan kepuasan (X_3) secara bersama-sama terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar 136,110 lebih besar daripada nilai F tabel sebesar 2,63 ($136,110 > 2,63$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan (X_1), manfaat (X_2), dan kepuasan (X_3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar.

Tabel 4.16
Hasil Uji Simultan (Uji-f)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
IRegression	4029.683	3	1343.228	136.110	.000 ^b
Residual	3907.994	396	9.869		
Total	7937.677	399			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kemudahan, Manfaat

Sumber : Data Primer Diolah (2026)

4.7.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan Tabel 4.17 dapat disimpulkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,504 atau 50,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan, manfaat dan kepuasan hanya mampu menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan sebesar 50,4%. Sedangkan sisanya sebesar 49,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.713 ^a	.508	.504	3.141

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kemudahan, Manfaat

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber : Data Primer Diolah (2026)

4.8 Pembahasan

4.8.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan

Berdasarkan hasil uji secara parsial diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,041 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $2,049 > t$ tabel $1,966$, maka hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan menjadi salah satu faktor penting yang mendorong masyarakat untuk menggunakan layanan Agen BSI Smart. Kemudahan tersebut tercermin dari kemudahan dalam memahami prosedur transaksi, kemudahan memperoleh informasi, kemudahan menggunakan layanan, serta fleksibilitas layanan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Ketika masyarakat merasa bahwa layanan Agen BSI Smart mudah dipahami dan mudah digunakan, mereka akan lebih tertarik untuk memanfaatkan layanan tersebut dalam melakukan berbagai transaksi keuangan.

Berdasarkan hasil tanggapan responden pada variabel kemudahan, item pernyataan yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item nomor 2, yaitu "*Prosedur transaksi pada Agen BSI Smart sederhana untuk dilakukan*" dengan nilai rata-rata $4,29$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai prosedur transaksi pada Agen BSI Smart mudah dipahami dan sederhana sehingga memberikan kemudahan dalam

melakukan berbagai transaksi. Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada item nomor 7, yaitu "*Layanan Agen BSI Smart dapat digunakan kapan saja*" dengan nilai rata-rata 4,00. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden belum sepenuhnya merasakan fleksibilitas waktu dalam menggunakan layanan Agen BSI Smart. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aspek kemudahan penggunaan secara umum telah dinilai baik oleh masyarakat, namun fleksibilitas layanan masih menjadi aspek yang perlu terus ditingkatkan agar layanan Agen BSI Smart dapat diakses sesuai kebutuhan pengguna kapan pun diperlukan.

Temuan penelitian sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis. Dalam teori TAM dijelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin tinggi pula kecenderungan seseorang untuk menerima dan menggunakannya.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahsyar (2025) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*. Selain itu, penelitian oleh Rahmadghani et al. (2024), Fadillah dan ZA (2023), Rahmawati & Wati (2023), Nizar & Yusuf (2022), Noviyanti dan Erawati (2021), serta Rodiah & Melati (2020) juga menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap minat menggunakan suatu layanan berbasis teknologi. Namun sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Rachman & Umniati (2025) menyimpulkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Segari (*Behavioral intention to use*).

4.8.2 Pengaruh Manfaat Terhadap Minat Menggunakan

Berdasarkan hasil uji secara parsial (t) diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $2,703 > t$ tabel $1,966$, maka hipotesis H_02 ditolak dan H_{a2} diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan masyarakat menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong minat menggunakan layanan Agen BSI Smart. Masyarakat cenderung memiliki minat menggunakan layanan tersebut apabila mereka merasakan bahwa Agen BSI Smart mampu memberikan manfaat nyata, seperti membantu menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat, meningkatkan efektivitas, mempermudah aktivitas keuangan, serta memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari. Semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk terus menggunakan layanan Agen BSI Smart.

Berdasarkan hasil tanggapan responden pada variabel manfaat, item pernyataan yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi

terdapat pada item nomor 1, yaitu *“Layanan Agen BSI Smart membantu saya menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat”* dengan nilai rata-rata 4,24. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden merasakan manfaat nyata dari penggunaan layanan Agen BSI Smart, seperti membantu menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat, praktis, dan efisien. Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada item nomor 5, yaitu *“Penggunaan layanan ini dapat mengurangi kesalahan dalam melakukan transaksi”* dengan nilai rata-rata 3,88. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun manfaat layanan Agen BSI Smart telah dirasakan oleh sebagian besar responden, masih terdapat sebagian masyarakat yang belum sepenuhnya merasakan manfaat secara optimal. Secara keseluruhan, hasil tersebut mengindikasikan bahwa manfaat yang diberikan layanan Agen BSI Smart telah mampu meningkatkan persepsi positif masyarakat sehingga mendorong minat mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut.

Temuan penelitian sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis. Dalam teori tersebut dijelaskan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi mampu meningkatkan kinerja dan memberikan manfaat dalam menyelesaikan aktivitasnya. Ketika seseorang meyakini bahwa suatu teknologi memberikan manfaat yang nyata, maka akan timbul niat untuk menggunakan teknologi tersebut.

Oleh karena itu, persepsi manfaat menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmadghani et al. (2024), Fadillah dan ZA (2023), Iffat dan Laksmi (2023), Yudistira dan Masdiantini (2023), Atieq & Nurpiani (2022), Atriani et al. (2020), Naufaldi dan Tjokrosaputro (2020), serta yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan suatu layanan berbasis teknologi. Namun sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Kamalia & Fazizah (2025) menyimpulkan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *continue intention to use*.

4.8.3 Pengaruh Kepuasan Terhadap Minat Menggunakan

Berdasarkan hasil uji secara parsial (t) diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $11,285 > t \text{ tabel } 1,966$, maka hipotesis H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan masyarakat terhadap layanan Agen BSI Smart mampu meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan layanan tersebut. Kepuasan tersebut tercermin dari rasa puas setelah menggunakan layanan, kesesuaian layanan dengan harapan,

kesediaan untuk merekomendasikan layanan kepada keluarga atau teman, serta keinginan untuk terus menggunakan layanan Agen BSI Smart pada transaksi berikutnya. Semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan masyarakat, maka semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan layanan Agen BSI Smart.

Berdasarkan hasil tanggapan responden pada variabel kepuasan, item pernyataan yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item no 2 yaitu *“Saya merasa nyaman saat melakukan transaksi melalui Agen BSI Smart”* yang memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,23. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa puas terhadap layanan Agen BSI Smart karena mampu memenuhi kebutuhan transaksi keuangan mereka dengan baik. Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada item nomor 5, yaitu *“Saya akan menyarankan keluarga atau teman untuk menggunakan layanan Agen BSI Smart”* dengan nilai rata-rata 4,02. Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun tingkat kepuasan masyarakat terhadap layanan Agen BSI Smart sudah sangat baik, masih terdapat beberapa aspek pelayanan yang dapat terus ditingkatkan agar kepuasan pengguna semakin optimal. Secara keseluruhan, tingginya tingkat kepuasan responden menunjukkan bahwa layanan Agen BSI Smart telah mampu memenuhi harapan masyarakat sehingga mendorong meningkatnya minat untuk terus menggunakan layanan tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yudistira dan Masdiantini (2023), serta Priyatna et al. (2022), menyatakan bahwa

kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan suatu layanan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengguna yang merasa puas terhadap kualitas layanan yang diterima cenderung memiliki keinginan yang lebih besar untuk terus menggunakan layanan tersebut. Kepuasan pengguna merupakan hasil dari perbandingan antara harapan sebelum menggunakan layanan dengan kinerja layanan yang dirasakan setelah menggunakannya. Apabila layanan mampu memenuhi bahkan melebihi harapan pengguna, maka akan timbul rasa puas yang mendorong meningkatnya minat untuk menggunakan kembali layanan tersebut.

4.8.4 Pengaruh Kemudahan, Manfaat, dan Kepuasan Secara Simultan Terhadap Minat Menggunakan

Berdasarkan hasil dari uji secara simultan (f) untuk mengetahui pengaruh kemudahan, manfaat, dan kepuasan terhadap minat menggunakan maka diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar $136,110 > F$ tabel 2,63, maka hipotesis H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan, manfaat, dan kepuasan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar. Sehingga berdasarkan hal tersebut dapat diputuskan bahwa hipotesis H_{a4} diterima, berarti terdapat pengaruh kemudahan, manfaat, dan

kepuasan secara simultan dan signifikan terhadap minat menggunakan.

Selain itu, jika dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,504, menunjukkan bahwa variabel kemudahan, manfaat, dan kepuasan mampu menjelaskan variasi minat menggunakan layanan Agen BSI Smart sebesar 50,4%, sedangkan sisanya 49,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini, seperti halnya variabel promosi (Rahmawati & Wati, 2023), risiko (Rahmawati & Wati, 2023), (Atieq & Nurpiani (2022), (Rodiah & Melati, 2020); kepercayaan (Rodiah & Melati, 2020).

Temuan tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel yang diteliti memiliki kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan minat masyarakat menggunakan layanan Agen BSI Smart. Dengan demikian, minat masyarakat untuk menggunakan layanan Agen BSI Smart tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil dari kombinasi antara kemudahan, manfaat, dan kepuasan yang dirasakan oleh pengguna. Masyarakat akan memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakan layanan Agen BSI Smart apabila layanan tersebut mudah dipahami dan digunakan, memberikan manfaat yang nyata dalam mendukung aktivitas transaksi, serta mampu memberikan pengalaman layanan yang memuaskan sesuai dengan harapan pengguna.

4.9 Implikasi Temuan Kajian

Temuan ini memberikan implikasi praktis bahwa Bank Syariah Indonesia perlu menjadikan ketiga aspek tersebut sebagai fokus utama dalam pengembangan layanan Agen BSI Smart. Upaya yang dapat dilakukan antara lain dengan menyederhanakan prosedur transaksi, meningkatkan kemudahan akses layanan, memastikan setiap layanan memberikan manfaat yang nyata bagi masyarakat, serta terus menjaga kualitas pelayanan agen agar mampu memenuhi harapan pengguna. Dengan meningkatnya persepsi kemudahan, manfaat, dan kepuasan, diharapkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan Agen BSI Smart juga akan semakin meningkat.

Di samping itu, nilai koefisien determinasi sebesar 50,4% menunjukkan bahwa masih terdapat 49,6% variasi minat menggunakan layanan Agen BSI Smart yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia juga perlu memperhatikan faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi minat masyarakat, seperti persepsi risiko, promosi, kepercayaan, maupun kualitas sistem layanan. Peningkatan pada aspek-aspek tersebut diharapkan dapat memperkuat minat masyarakat dalam memanfaatkan layanan Agen BSI Smart secara berkelanjutan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh kemudahan, manfaat, dan kepuasan terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart pada masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart.
2. Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart.
3. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart.
4. Kemudahan, manfaat, dan kepuasan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Agen BSI Smart.

5.2 Saran

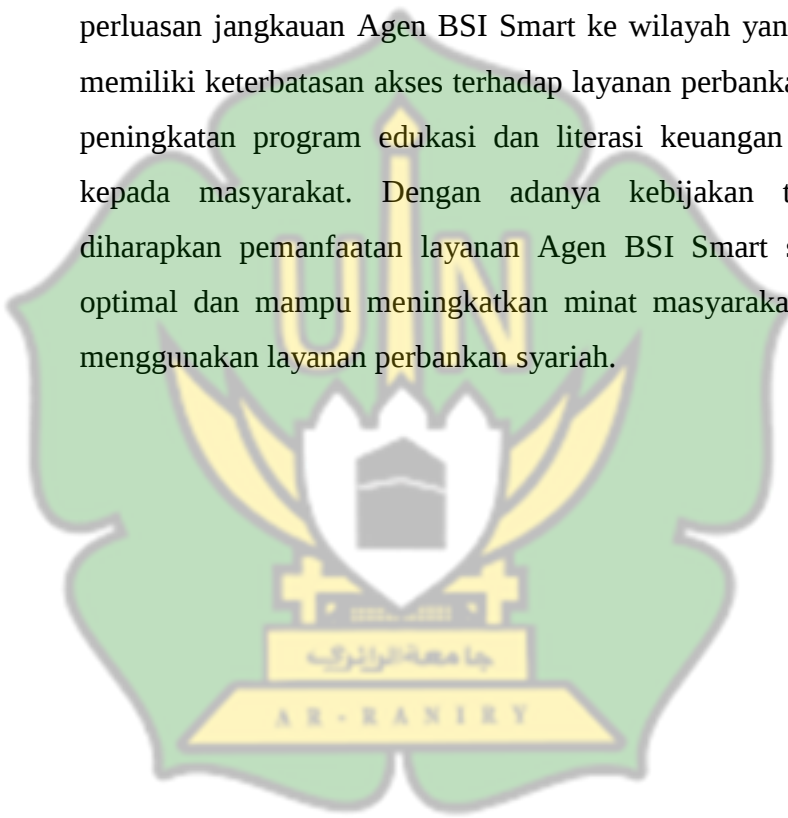
Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diperoleh, peneliti mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak terkait, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam mengembangkan penelitian mengenai

minat menggunakan layanan Agen BSI Smart maupun layanan perbankan digital syariah lainnya. Penelitian berikutnya disarankan untuk menambahkan variabel independen lain yang berpotensi memengaruhi minat menggunakan, seperti kepercayaan, promosi, persepsi risiko, maupun pengaruh sosial. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat memperluas wilayah penelitian, serta mengembangkan indikator pada setiap variabel agar diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif dan mampu menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi minat menggunakan layanan Agen BSI Smart secara lebih mendalam.

2. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) dan Agen BSI Smart, diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas layanan Agen BSI Smart, terutama pada aspek kemudahan, manfaat, dan kepuasan pengguna. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan menyederhanakan prosedur transaksi, meningkatkan kemampuan agen dalam memberikan pelayanan yang cepat dan ramah, memastikan kelancaran sistem dan jaringan, serta memberikan informasi yang jelas kepada masyarakat mengenai manfaat layanan Agen BSI Smart. Dengan demikian, minat masyarakat untuk menggunakan layanan Agen BSI Smart diharapkan semakin meningkat.
3. Bagi pembuat kebijakan, khususnya Bank Syariah Indonesia (BSI) bersama pihak regulator seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK), diharapkan dapat terus memperkuat kebijakan

pengembangan layanan Agen BSI Smart sebagai upaya meningkatkan inklusi keuangan syariah di masyarakat. Kebijakan tersebut dapat diwujudkan melalui peningkatan kualitas dan kompetensi agen secara berkelanjutan, penguatan infrastruktur teknologi untuk menjaga kelancaran transaksi, perluasan jangkauan Agen BSI Smart ke wilayah yang masih memiliki keterbatasan akses terhadap layanan perbankan, serta peningkatan program edukasi dan literasi keuangan syariah kepada masyarakat. Dengan adanya kebijakan tersebut, diharapkan pemanfaatan layanan Agen BSI Smart semakin optimal dan mampu meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan syariah.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI.
- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006–1012.
- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Ahsyar, E. T. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank BRI Cabang Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan). *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 6(2), 735–759.
- Amiruddin. (2022). *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.
- Arief, M., Irkham, Z. N. P., & Nurhidayah, A. A. (2022). Analisis Pemasaran Layanan BSI Smart Febi Uin Raden Mas Said Surakarta. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah*, 2(2), 181–192.
- Artina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(1), 120–131.
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat , Kemudahan , dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater : Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta (The

Influence of Perceived Usefulness , Ease of Use and Income on Interest in Using. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen (Jakman)*, 2(4), 309–325.

Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking bank syariah (Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 401–423.

Atriani, Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 6, 54–61.

Aziz, I. A., & Rizaldi, M. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Usaha Mikro Kecil Menengah Dalam Bermitra Menjadi Agen BSI Smart. *Jurnal Perbankan Syariah*, 10(1), 59–73.

Bahtiar, Mukhsin, M., & Atiah, I. N. (2025). Pengaruh literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, fitur layanan dan keamanan terhadap minat menggunakan E-Money Linkaja Syariah (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Searang). *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(3), 2180–2216.

Bank Syariah Indonesia. (2025). <https://www.bankbsi.co.id/promo/bsi-agen-mudah-dan-bermanfaat>

bankbsi.co.id. (n.d.). *bankbsi.co.id*.

Fadillah, W., & ZA, S. Z. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Canva. *MAMEN (Jurnal Manajemen)*, 2(2), 231–240.

Gasperz, J., & Lekatompessy, O. L. (2024). Pengaruh Efisiensi,

Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Tarik Tunai Tanpa Kartu Bank Mandiri. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 08(04), 1–19.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Harahap, M. G., Evriyenni, Hidayat, A. D., Mutia, R., Roni, A., Jalil, F. Y., Anggraini, R., Basmar, E., Tarmizi, R., Aprianti, K., Affandy, F. F., Wulandari, S. S., Febriyanti, N., & Maulidizen, A. (2023). *Perbankan Syariah: Teori, Konsep & Implementasi*. (M. R. Kurnia (Ed.)). Sada Kurnia Pustaka.

Hasyim, S., Siburian, D. A., Sigalingging, F., Lumbantoruan, M., & Sinaga, M. P. (2025). Analisis Transformasi Digital Perbankan Sebagai Upaya Membangun Kepercayaan Nasabah Melalui Keamanan Dan Inovasi Teknologi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(September), 240–249.

Hibur, G. N., Fanggidae, R. P. C., Kurniawati, M., & Benu, Y. R. (2022). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Beli Di Marketplace Facebook (Studi Pada Generasi Milenial Di Kota Kupang). *Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 3(3), 169–187.

Iffat, M. F., & Laksmi, A. C. (2023). Pengaruh persepsi manfaat , kemudahan penggunaan , risiko terhadap minat menggunakan dompet elektronik. *In Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 5(2020), 441–449. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art50>

Ikhsanti, N., Sudrajat, A. S. S. N. S., Hergastyasmawan, A., Rusmalinda, S., Sholihah, N. A., Marlin, K., Fitria, N., Jamilah, A. Z., Wahyuni, E., Suhendar, F. R., Awwal, M. A. F., Rohima, S., Meila, K. D., Nengsih, I., Rafsanjani, H., Dewianty, S., & Siregar, M. L. (2023). *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. PT Sada Kurnia Pustaka.

- Kamalia, N. F. N. M., & Fazizah, A. (2025). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Dan Perceived Risk Terhadap Continue Intention To Use Melalui Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bca (Studi Kasus Pada Pengguna Mobile Banking Bca Di Kota Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 14(3), 1006–1017.
- Kurnialis, S., Uliya, Z., Fitriani, Aulasiska, M., & Nizam, M. syahru. (2022). Perkembangan Perbankan Syariah Di Negara Muslim. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah Volume*, 5, 109–119.
- Maharany, A. M., Saidani, B., & Fidhyallah, N. F. (2021). Pengaruh Kepuasan dan Manfaat yang dirasakan Terhadap Minat Beli Ulang pada E-Commerce Marketplace X di Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 401–416.
- Meilani, A., & Sugiarti, D. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2501. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6586>
- Naufaldi, I., & Tjokrosaputro, M. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use , Perceived Usefulness , dan Trust terhadap Intention To Use. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 715–722.
- Ndruru, H. O., Dakhi, Y., & Buulolo, P. (2021). Pengaruh Lokasi Usaha Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UD. Suang Di Kecamatan Lahusa Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(1), 225–239.
- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 928–933. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.569>

- Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 4(2), 65–74.
- Nuraini, P., Alfani, M. H., Muyasaroh, N., & Adawiyah, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Persepsi Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Jurnal Tabarru' Islamic Banking and Finance*, 6(1), 291–304.
- Nurdiansyah, A., Pratiwi, A. S., & Kaunaini, B. N. (2022). Literature Review Pengaruh Kepercayaan , Kemudahan dan Kepuasan. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1), 297–303.
- Nurdin, Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & 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. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>
- Nurdin, Ningrum, R., Bacmid, S., & Jalil, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45.
- Nursiah, Ferils, M., & Kamarudin, J. (2022). Analisis minat menggunakan mobile banking. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 19(1), 91–100.
- Octaviana, P., & Yusuf, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Money OVO Di Karawang (Studi Pada Pengguna OVO Di Karawang). *Jurnal Manajemen*, 15(1), 12–20.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). <https://www.ojk.go.id/id/pages/Laku-Pandai.asp>.

- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Widya Gama Press.
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan , Manfaat Dan Risiko Pada Minat Penggunaan E-Money Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 17(02), 151–158.
- Prena, G. Das, & Dewi, N. K. S. G. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Gaya Hidup , Persepsi Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan ShopeePay. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 22(2), 142–155.
- Priyatna, E. H., Pambudi, J. E., & Dewi, E. (2022). Minat Menggunakan Dompot Digital Ovo: Kemudahan Penggunaan Dan Kepuasan Pelanggan. *DIGIBIS: Digital Business Journal*, 1(1), 1–13.
- Rachman, A. I., & Umniati, N. (2025). Analisis Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived ease of use pada Minat Penggunaan Aplikasi Segari dengan Attitude toward using sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 10(1), 45–60.
- Rahmadghani, T., Usman, O., & Aditya, S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(9), 693–710.
- Rahmawati, I. M., & Wati, K. M. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Promosi Cashback terhadap Minat Menggunakan Kembali Dompot Digital ShopeePay (Studi pada Mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 535–547.
- Ramadhani, C. C. M. (2025). *Intensi Minat Masyarakat Ngaliyan Bertransaksi Melalui Bsi Smart Agent Berdasarkan Unified*

Theory Of Acceptance And Use Of Technology (Utaut).
UIN Walisongo Semarang.

- Rismawan. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen. *Ameena Journal*, 2(2), 130–141.
- Rodiah, S., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Kemanfaatan , Risiko , dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66–80.
- Rosita, I., Sutrisno, & Indiworo, H. E. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Efektivitas, Dan Fitur Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Financial Teknologi (Fintech) Pada Aplikasi ShopeePAY. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi (JURRIE)*, 3(1), 57–70.
- Sabaah, R. Al, Welsa, H., & Ningrum, N. K. (2025). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Intention To Use Dengan Attitude Sebagai Variabel Intervening (Study Kasus E-Wallet Di Yogyakarta). *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 9(2), 457–470.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Subaidi. (2018). Peran dan Fungsi Perbankan Syariah Perspektif Sosio-Kultur. *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 2(2), 110–119.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. CV.Afabeta.
- Suhaimi, A. (2021). Studi Manajemen Risiko Pada Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Manajemen Risiko*, 2(2), 73–78.
- Sunarya, I. M. (2022). Pengaruh faktor persepsi terhadap minat

penggunaan layanan dompet digital (e-wallet) melalui pendekatan teori technology acceptance model (TAM). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 1414–1422.

Ulfa, A. (2021). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(02), 1101–1106.

Utama, A. S. (2021). Digitalisasi Produk Bank Konvensional Dan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum, Perundang-Undangan Dan Pranata Sosial*, 6(2), 113–126.

Wijaya, A. H., & Witono, B. (2025). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan, Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Jateng Kantor Cabang Sukoharjo. *Eduonomika*, 09(03), 1–9.

Yudistira, K., & Masdiantini, P. R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan , Persepsi Manfaat dan Kepuasan Pengguna terhadap Minat Penggunaan E-Wallet OVO pada Mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha. *Jurnal Riset Akuntansi*, 12(3), 93–103.

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket/Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, Bapak/Ibu/Saudara/I yang saya hormati, sehubungan dengan penyusunan tugas akhir (skripsi) yang berjudul **“Pengaruh Kemudahan, Manfaat, dan Kepuasan terhadap Minat Menggunakan Layanan Agen BSI Smart pada Masyarakat Kecamatan Kuta Baro, Aceh Besar”**, maka dengan ini saya atas nama Vinatul Muna, NIM 220603069, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, bermaksud memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk meluangkan sedikit waktunya dalam pengisian angket/kuesioner ini.

Partisipasi yang diberikan akan sangat membantu saya dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini. Saya menjamin bahwa seluruh jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas kesediaan waktu dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/I, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Hormat Saya,

Vinatul Muna

A. Data Responden

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

1. Nama (boleh tidak diisi) :.....

2. Alamat/Hp/gmail :.....

3. Umur

☐ < 20 Tahun

☐ 21-30 Tahun

☐ 31- 40 Tahun

☐ 41-50 Tahun

☐ >51

Tahun

4. Jenis Kelamin

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

5. Pendidikan Terakhir

☐ SD s/d SMA

☐ D1 s/d D3

☐ D4/S1

☐ Magister (S2)

☐

Doktor (S3)

6. Pekerjaan

☐ PNS/TNI/POLRI

☐ Freelance

☐

Profesional

☐ Wiraswasta

☐ IRT/Pensiun

☐

Petani

☐ Pengusaha

☐

Pegawai

Swasta/Kontrak/Honorarium

☐ Lainnya

7. Jenis layanan yang digunakan

☐ Transaksi (Setor tunai, Tarik tunai, Transfer)

- ☐ Pembayaran (PBB, PDAM, BPJS.)
- ☐ Pembelian (PLN, Pulsa, Gopay, ShopeePay)
- ☐ Program Pemerintah (Bantuan Sosial)
- ☐ Layanan Islami (Ziswaf, Pendaftaran & Pelunasan Haji)

8. Penggunaan Layanan Agen BSI Smart perbulan

- ☐ hanya sekali ☐ 2-4 kali ☐ 4-6 kali
- ☐ 6-8 kali ☐ 8-10 kali ☐ > 10 kali
- ☐ > setiap hari

B. Tanggapan Responden

Silakan pilih jawaban dengan memberikan tanda centang (√) pada salah satu pilihan yang paling sesuai dengan pendapat Anda. Pilihlah satu jawaban pada skala yang tersedia di samping setiap pernyataan. Adapun keterangan skala tersebut adalah sebagai berikut:

- STS = Sangat Tidak Setuju (Skor 1)
- TS = Tidak Setuju (Skor 2)
- KS = Kurang Setuju (Skor 3)
- S = Setuju (Skor 4)
- SS = Sangat Setuju (Skor 5)

A. Variabel Kemudahan (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Mudah Digunakan						
1	Layanan Agen BSI Smart mudah digunakan dalam melakukan transaksi					
2	Prosedur transaksi pada Agen BSI Smart sederhana untuk dilakukan					
Mudah Dimengerti						
3	Informasi yang tersedia pada					

	layanan Agen BSI Smart mudah dipahami					
4	Penjelasan yang diberikan oleh agen BSI Smart mudah dipahami oleh masyarakat					
Mudah Dipelajari						
5	Saya merasa layanan Agen BSI Smart sederhana dalam pengoperasiannya					
6	Saya dapat dengan cepat memahami alur transaksi yang dilakukan melalui Agen BSI Smart					
Fleksibel						
7	Layanan Agen BSI Smart dapat digunakan kapan saja					
8	Saya dapat menentukan waktu transaksi di Agen BSI Smart sesuai dengan kebutuhan saya					

B. Variabel Manfaat (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Meningkatkan Kinerja						
9	Layanan Agen BSI Smart membantu saya menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat					
10	Dengan adanya Agen BSI Smart, proses transaksi menjadi lebih lancar dan terarah					
Menambah Produktivitas						
11	Penggunaan Agen BSI Smart membuat aktivitas transaksi saya menjadi lebih efisien					
12	Layanan Agen BSI Smart membantu saya melakukan lebih banyak transaksi dalam waktu yang sama					
Meningkatkan Efektivitas						
13	Penggunaan layanan ini dapat mengurangi kesalahan dalam melakukan transaksi					
14	Layanan Agen BSI Smart membantu saya mencapai tujuan transaksi dengan lebih tepat					
Memberi Manfaat Nyata						
15	Layanan Agen BSI Smart memberikan manfaat yang nyata dalam kebutuhan transaksi saya					

16	Saya merasakan dampak positif dari penggunaan layanan Agen BSI Smart dalam aktivitas sehari-hari					
----	--	--	--	--	--	--

C. Variabel Kepuasan (X3)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Perasaan Puas						
17	Saya merasa puas setelah menggunakan layanan Agen BSI Smart					
18	Saya merasa nyaman saat melakukan transaksi melalui Agen BSI Smart					
Kesesuaian Harapan						
19	Pengalaman yang saya peroleh saat menggunakan Agen BSI Smart sesuai dengan ekspektasi					
20	Kualitas layanan yang diberikan oleh agen sesuai dengan yang saya harapkan					
Kesediaan Merekomendasikan						
21	Saya akan menyarankan keluarga atau teman untuk menggunakan layanan Agen BSI Smart.					
22	Saya bersedia merekomendasikan layanan Agen BSI Smart kepada banyak orang lain					
Selalu membeli produk						
23	Saya cenderung terus memanfaatkan layanan Agen BSI Smart untuk kebutuhan transaksi sehari-hari					
24	Saya tetap memilih menggunakan Agen BSI Smart selama layanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan					

D. Variabel Minat (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Minat Transaksional						
25	Saya berminat menggunakan layanan Agen BSI Smart untuk bertransaksi					
26	Saya memiliki keinginan					

	untuk menggunakan layanan Agen BSI Smart dalam waktu dekat					
Minat Referensial						
27	Saya bersedia menyarankan orang lain untuk memanfaatkan layanan Agen BSI Smart					
28	Saya akan memberikan informasi positif tentang Agen BSI Smart kepada keluarga atau teman					
Minat Eksploratif						
29	Saya tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut tentang layanan Agen BSI Smart					
30	Saya ingin mengetahui lebih banyak fitur dan manfaat dari layanan Agen BSI Smart					
Minat Preferensial						
31	Saya lebih memilih layanan Agen BSI Smart dibandingkan layanan sejenis lainnya					
32	Layanan Agen BSI Smart menjadi pilihan utama saya dalam melakukan transaksi					

**Lampiran 2 Tabulasi Data Hasil Pengisian Kusioner/Angket
400 Responden**

1. Tabel Kusioner/Angket Kemudahan (X1)

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

37	5	5	5	5	5	5	5	5
38	3	4	5	3	4	5	3	4
39	5	5	3	4	4	4	4	4
40	4	4	5	4	5	5	4	4
41	4	5	4	4	5	5	4	3
42	4	5	4	4	5	5	4	4
43	4	5	4	5	5	4	4	5
44	4	3	4	4	5	4	5	4
45	4	4	5	5	4	4	4	5
46	4	5	4	4	5	5	4	4
47	4	4	5	5	5	5	5	5
48	4	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4
51	1	5	3	2	2	1	1	1
52	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	3	4	2	4	5	5	5
54	1	5	3	2	4	5	1	2
55	1	5	4	2	2	1	2	3
56	5	5	4	4	4	5	4	4
57	5	4	5	4	5	4	5	4
58	4	5	4	5	4	5	4	5
59	4	5	4	5	5	4	5	4
60	4	5	4	5	5	4	4	5
61	4	5	4	5	4	5	4	5
62	5	5	4	5	5	5	4	5
63	4	5	4	5	4	5	5	4
64	4	5	5	4	4	5	5	4
65	4	5	4	5	5	5	4	4
66	4	5	4	5	4	5	4	5
67	4	5	4	5	4	5	4	5
68	5	5	5	5	5	5	5	5
69	4	5	4	5	5	4	4	5
70	4	5	4	5	5	4	4	5
71	4	5	4	5	4	5	4	5
72	5	5	5	4	4	4	4	4
73	4	5	5	4	5	5	4	5
74	4	4	4	4	4	4	5	4
75	4	4	4	4	4	4	4	4
76	4	5	4	4	5	4	5	4
77	1	1	1	1	1	1	1	1
78	4	5	5	5	4	4	4	5
79	4	4	4	4	4	3	4	4

80	4	3	4	3	4	3	4	4
81	5	5	5	5	5	4	5	4
82	4	4	5	5	5	5	4	4
83	4	4	4	4	4	4	4	4
84	4	4	4	4	4	4	4	4
85	4	4	5	5	5	4	4	5
86	5	5	5	5	5	4	4	4
87	5	4	4	4	4	4	4	4
88	4	4	4	4	4	4	4	4
89	4	5	3	4	3	4	5	3
90	4	4	4	4	4	4	4	3
91	3	3	4	3	3	3	3	3
92	5	5	5	5	4	4	4	4
93	3	4	4	3	4	3	4	3
94	3	3	3	3	3	3	3	3
95	5	5	4	5	5	5	5	5
96	4	4	5	5	5	4	5	4
97	4	5	3	3	3	3	4	3
98	4	5	3	5	4	5	4	5
99	3	5	4	5	4	5	3	5
100	5	4	4	4	5	4	5	4
101	5	4	5	5	5	4	4	4
102	5	4	5	4	5	5	5	4
103	4	5	4	5	4	5	4	5
104	3	4	5	4	5	3	4	5
105	4	4	5	4	5	4	4	5
106	4	5	4	4	3	4	5	5
107	4	5	4	5	4	5	4	5
108	4	5	4	5	5	3	4	5
109	4	5	3	5	4	5	4	5
110	4	5	4	3	4	4	3	4
111	3	5	4	5	4	5	4	5
112	5	4	4	5	4	4	5	4
113	5	4	5	4	5	4	5	5
114	4	5	4	5	3	4	5	4
115	4	5	4	4	3	5	3	4
116	4	5	3	4	5	4	4	5
117	3	4	4	5	4	4	3	4
118	4	5	4	5	4	3	4	4
119	5	4	3	4	5	5	3	4
120	4	4	5	5	4	4	5	4
121	4	5	4	3	5	4	4	5
122	4	5	4	5	4	5	4	5

123	5	4	4	5	5	4	5	5
124	5	4	4	4	5	5	4	4
125	4	5	5	4	5	4	5	4
126	4	4	3	3	4	4	3	4
127	4	5	5	4	5	5	4	4
128	3	4	2	4	2	4	2	4
129	4	5	5	4	4	3	4	5
130	4	5	3	4	3	5	5	4
131	5	2	4	4	4	5	5	4
132	3	4	5	4	5	4	3	4
133	5	4	4	3	4	5	5	4
134	5	4	4	5	3	5	4	5
135	4	4	5	4	5	4	5	4
136	4	5	4	4	4	5	4	5
137	4	4	4	4	4	4	5	4
138	5	4	4	5	4	5	4	5
139	4	5	4	5	5	4	5	5
140	4	5	4	5	5	5	5	4
141	4	5	5	4	5	3	4	4
142	4	5	5	4	4	5	4	5
143	5	4	4	5	5	4	4	5
144	5	5	4	4	4	5	4	4
145	4	4	3	5	3	2	5	4
146	4	4	5	4	5	5	4	5
147	5	4	5	4	5	4	4	5
148	3	3	3	3	3	3	3	3
149	4	5	4	5	4	5	4	4
150	4	5	4	3	5	4	5	4
151	4	5	3	4	5	3	3	4
152	4	4	5	5	4	5	4	5
153	5	4	5	5	4	4	5	4
154	5	4	4	5	4	4	3	4
155	4	4	3	4	4	5	4	4
156	5	4	4	4	5	4	5	5
157	5	4	4	4	3	3	5	5
158	5	4	5	5	4	4	4	5
159	2	3	1	5	4	2	4	5
160	4	4	5	4	4	4	5	5
161	5	4	5	4	4	5	5	5
162	5	5	4	5	5	4	4	5
163	5	5	3	4	5	5	1	1
164	4	4	5	3	4	5	5	4
165	4	5	5	4	3	4	5	4

166	1	1	3	2	5	4	4	4
167	4	4	5	4	5	5	5	4
168	4	4	5	4	4	5	4	5
169	4	5	4	5	4	4	5	4
170	4	4	3	4	5	5	3	5
171	5	4	4	5	4	3	5	4
172	5	4	4	5	4	5	5	3
173	4	4	5	5	4	5	4	4
174	5	4	5	3	3	4	3	5
175	5	4	4	4	5	4	5	5
176	4	5	4	4	4	5	5	3
177	5	5	3	4	4	5	4	5
178	4	5	4	5	4	5	4	4
179	5	4	5	5	4	3	5	4
180	4	3	4	3	4	2	4	5
181	4	5	5	3	4	5	5	4
182	5	5	4	5	3	4	4	3
183	5	4	5	5	4	5	4	4
184	4	5	4	5	4	5	4	5
185	4	3	4	5	4	3	4	4
186	4	5	4	3	5	4	4	5
187	4	4	5	5	4	3	4	4
188	4	5	4	5	5	4	4	3
189	4	4	5	3	4	5	4	5
190	4	5	5	4	3	4	5	4
191	4	4	3	4	5	4	5	5
192	5	4	5	5	4	5	4	4
193	4	4	2	1	5	3	4	2
194	4	4	4	4	5	4	4	4
195	4	4	4	5	4	4	5	5
196	4	5	3	4	4	5	3	2
197	4	4	5	4	4	4	5	4
198	4	5	4	4	5	3	4	4
199	4	5	5	4	5	5	5	4
200	4	4	3	4	5	4	4	3
201	4	5	4	4	3	5	4	3
202	4	4	5	4	3	4	5	4
203	5	5	4	4	4	4	5	5
204	4	4	4	4	5	4	4	4
205	4	5	4	5	5	5	5	4
206	4	5	5	4	4	5	3	5
207	4	4	5	5	4	3	4	5
208	5	4	4	5	4	5	5	4

209	5	4	4	5	4	3	3	4
210	4	3	4	4	5	4	4	5
211	4	3	5	4	3	2	5	4
212	3	4	4	3	5	3	4	3
213	4	4	5	4	5	5	4	3
214	4	3	5	2	3	4	3	2
215	4	5	3	4	3	5	2	4
216	4	5	4	5	5	3	5	5
217	4	5	4	5	5	4	5	5
218	4	5	5	4	5	4	4	5
219	4	4	5	5	4	5	5	4
220	4	5	5	4	4	5	4	4
221	5	4	4	4	3	5	3	5
222	2	3	1	5	3	1	1	5
223	5	4	5	4	3	5	4	5
224	3	4	3	4	5	4	5	3
225	4	4	3	3	4	2	3	3
226	5	4	4	5	5	5	4	4
227	5	4	5	5	3	4	3	4
228	4	4	5	5	4	4	4	5
229	4	5	4	4	5	5	4	5
230	5	4	5	3	5	4	5	4
231	4	5	4	4	3	4	5	4
232	4	4	2	2	4	4	4	4
233	5	5	4	4	5	5	5	5
234	3	3	4	3	4	4	4	5
235	4	4	5	4	5	5	5	4
236	4	5	4	4	3	3	5	4
237	4	4	5	4	5	5	4	4
238	4	5	4	3	5	4	4	5
239	5	4	4	5	4	5	5	4
240	4	4	5	4	4	3	4	3
241	4	5	4	2	3	5	4	4
242	4	5	4	3	3	4	5	4
243	4	5	5	5	4	4	4	5
244	3	4	5	4	5	3	5	4
245	4	5	4	4	4	4	4	5
246	4	5	5	4	5	4	5	3
247	5	4	5	4	4	5	4	3
248	4	5	4	3	4	5	3	4
249	4	5	5	4	3	3	4	5
250	4	4	3	5	3	4	4	5
251	4	4	3	5	4	3	5	4

252	5	4	5	4	4	5	5	4
253	4	5	5	4	4	5	4	5
254	4	4	5	3	5	4	5	3
255	4	5	4	5	3	4	4	2
256	4	5	4	5	4	5	4	5
257	5	4	5	5	4	5	5	4
258	5	4	3	4	5	4	5	4
259	4	5	5	3	4	5	2	5
260	4	5	4	4	5	2	2	4
261	4	5	4	4	5	3	4	5
262	4	4	5	5	4	3	4	5
263	4	4	5	4	3	4	4	5
264	2	4	4	4	5	5	5	4
265	4	5	4	4	3	5	4	4
266	5	4	4	4	5	5	5	4
267	4	4	5	4	3	5	4	4
268	4	5	3	5	2	5	3	4
269	5	4	5	5	4	5	4	4
270	4	4	5	4	5	5	4	5
271	4	3	5	5	4	5	5	4
272	4	4	5	4	5	4	5	4
273	5	4	4	5	5	4	3	4
274	4	5	5	4	4	4	4	5
275	5	4	4	5	3	5	4	5
276	4	3	4	4	5	4	5	5
277	4	4	5	4	5	5	5	4
278	4	5	4	3	5	4	4	5
279	5	4	3	5	4	3	4	4
280	4	4	5	4	4	5	5	5
281	4	3	4	5	4	5	5	3
282	4	5	4	4	3	4	5	4
283	4	5	3	4	2	4	5	4
284	5	5	4	3	4	4	5	4
285	5	4	4	4	3	4	5	4
286	4	4	5	4	5	5	5	4
287	4	5	4	4	5	3	4	4
288	4	3	4	5	5	4	4	5
289	5	4	3	2	4	3	2	5
290	4	3	5	4	3	5	3	4
291	4	5	3	5	5	4	3	5
292	3	5	4	3	5	3	4	2
293	3	4	4	5	5	4	5	3
294	5	4	4	5	4	5	5	3

295	4	5	5	4	4	5	4	5
296	5	4	4	3	4	5	5	4
297	4	4	5	5	4	4	5	5
298	4	5	5	4	3	5	4	5
299	4	5	5	4	5	5	5	5
300	4	4	4	5	3	4	4	5
301	4	4	4	3	3	3	2	4
302	1	4	3	3	4	4	2	3
303	3	5	4	5	4	3	4	4
304	4	4	5	5	3	4	3	3
305	3	3	4	4	4	3	3	4
306	4	4	1	5	4	4	5	5
307	5	5	4	4	3	4	3	4
308	4	4	3	3	2	3	3	4
309	4	4	4	4	4	3	4	4
310	4	5	5	5	4	4	5	5
311	4	4	4	4	3	4	4	4
312	3	3	4	4	3	4	3	2
313	4	4	3	5	4	4	4	3
314	5	4	4	3	4	2	4	4
315	5	5	4	5	4	4	4	2
316	5	4	3	4	4	4	3	5
317	4	3	4	4	4	5	4	3
318	4	4	4	4	5	5	5	4
319	4	4	2	4	5	3	4	5
320	3	4	4	4	3	4	3	5
321	4	4	5	4	4	4	4	4
322	4	5	4	3	4	2	3	4
323	3	3	4	5	4	4	4	5
324	4	4	5	4	3	4	1	2
325	4	5	5	5	4	3	4	4
326	4	3	4	4	4	4	3	4
327	5	5	5	4	3	2	2	1
328	4	4	4	4	5	5	5	4
329	5	3	4	4	4	4	5	3
330	4	4	4	5	4	5	3	4
331	5	5	5	4	4	4	3	4
332	4	4	4	3	3	2	1	2
333	4	3	5	4	5	5	4	4
334	5	5	4	3	4	4	3	4
335	4	4	5	5	4	5	5	5
336	4	4	3	5	4	3	5	5
337	4	4	4	5	5	5	4	5

338	4	4	5	5	3	4	3	3
339	5	5	5	4	5	3	4	5
340	3	4	4	4	4	2	4	4
341	4	5	5	4	3	3	5	4
342	4	4	5	5	5	5	4	4
343	3	4	4	5	3	4	3	5
344	4	5	2	4	5	3	5	4
345	4	5	4	5	4	4	3	5
346	4	5	4	4	5	3	2	4
347	5	5	5	5	5	5	4	4
348	4	4	3	4	5	5	4	5
349	4	5	4	4	4	4	3	4
350	4	4	5	4	3	5	3	4
351	3	4	4	4	3	4	5	4
352	4	4	3	5	4	5	3	4
353	4	5	3	4	4	5	4	5
354	4	4	5	4	3	4	4	4
355	5	5	4	5	4	4	5	5
356	4	5	5	4	5	5	4	4
357	4	4	4	3	3	3	4	4
358	4	5	4	4	3	2	3	4
359	2	5	4	5	4	5	5	5
360	4	4	3	4	2	4	2	4
361	4	4	5	4	3	4	4	5
362	4	5	5	5	4	3	4	4
363	3	2	3	3	4	3	1	5
364	4	4	4	5	4	4	3	4
365	5	4	3	4	3	1	3	4
366	5	4	4	4	3	2	4	1
367	5	4	2	5	4	3	5	5
368	4	4	4	4	4	5	5	5
369	4	3	4	3	4	4	4	4
370	3	4	4	4	5	4	4	4
371	2	4	4	4	4	4	3	5
372	4	4	4	5	5	4	4	5
373	5	5	2	4	4	3	4	4
374	4	3	4	4	4	4	3	4
375	4	4	4	4	3	3	4	4
376	5	4	4	4	3	3	3	3
377	4	4	4	4	4	3	2	4
378	4	3	5	4	3	3	2	4
379	4	5	4	4	3	2	1	2
380	5	4	4	5	5	4	3	4

381	1	4	5	4	4	5	4	3
382	4	2	5	4	5	5	5	4
383	4	4	5	5	4	3	4	3
384	4	4	5	4	4	3	3	2
385	2	4	4	4	3	4	3	2
386	4	4	5	4	3	4	1	4
387	4	4	5	5	5	4	2	4
388	4	3	4	2	2	4	2	1
389	4	5	4	4	3	3	2	3
390	5	3	4	5	4	4	5	4
391	4	5	4	4	4	3	2	3
392	5	5	5	4	4	4	3	4
393	2	4	5	5	4	4	5	2
394	4	4	5	4	3	3	2	2
395	4	5	4	3	4	1	5	4
396	3	4	4	4	3	4	3	2
397	4	4	4	4	4	4	5	5
398	4	4	4	3	4	4	3	4
399	4	5	4	4	5	4	2	1
400	2	5	4	4	3	4	5	4

2. Tabel Kusioner/Angket Manfaat (X2)

No	Manfaat (X2)							
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
1	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	2	2	2	2	2	2
5	4	3	5	4	4	4	3	4
6	4	3	3	5	5	3	3	4
7	3	4	4	5	3	4	5	3
8	3	4	4	3	4	4	4	4
9	5	4	4	3	5	5	4	3
10	5	5	5	3	3	3	5	5
11	4	4	5	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5	5	5	5
14	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	3	4
16	5	5	5	5	5	5	5	5
17	5	3	4	3	4	5	3	5
18	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4	5	5

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

63	5	4	5	5	4	5	4	5
64	4	5	4	4	5	5	4	5
65	4	5	4	2	4	4	4	5
66	4	5	4	5	4	5	4	4
67	5	4	5	4	5	4	5	4
68	5	5	5	5	5	5	5	5
69	4	5	5	4	5	4	4	5
70	4	5	4	5	4	5	4	5
71	4	4	5	5	4	5	4	5
72	4	5	4	5	4	4	5	5
73	5	4	5	4	4	5	5	5
74	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	4	4	2	2	4	4	4
76	4	4	5	5	5	4	4	5
77	1	1	1	1	1	1	1	1
78	4	4	5	5	4	5	4	5
79	4	4	4	4	4	4	4	4
80	4	3	4	5	4	5	4	3
81	4	4	4	4	4	4	4	5
82	4	4	4	4	4	5	5	5
83	4	4	4	3	4	4	3	3
84	4	4	4	4	4	4	4	4
85	5	5	5	5	4	5	4	5
86	4	4	3	2	2	3	4	5
87	4	4	4	4	4	4	4	4
88	4	4	4	4	4	4	4	4
89	4	2	3	2	2	3	4	3
90	3	4	4	4	4	4	4	5
91	3	2	2	2	2	4	4	5
92	4	4	4	4	4	4	4	4
93	5	4	4	5	4	4	4	4
94	3	3	3	3	3	3	3	3
95	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	4	5	5	4	4	5	4
97	5	4	3	2	3	4	3	4
98	4	5	3	5	4	5	4	5
99	4	5	3	4	5	4	5	4
100	5	5	4	4	5	4	5	5
101	5	5	4	4	4	5	4	5
102	5	4	4	5	4	5	5	4
103	4	5	4	4	5	4	5	4
104	4	3	5	4	5	3	5	4
105	4	4	5	4	5	4	5	4

106	3	4	5	5	4	4	5	5
107	4	5	4	5	4	5	4	5
108	4	5	4	4	5	5	3	4
109	5	4	5	4	5	4	5	4
110	5	4	4	3	3	5	4	3
111	3	5	5	5	3	4	5	4
112	5	4	5	4	5	4	5	4
113	4	5	4	5	4	5	4	5
114	5	4	5	4	3	5	4	4
115	5	4	5	4	5	3	3	4
116	5	4	3	5	4	3	4	4
117	4	5	4	5	4	4	5	4
118	5	4	5	4	4	5	4	5
119	4	5	3	4	4	5	3	4
120	5	5	4	4	5	4	5	4
121	4	4	5	3	4	4	5	3
122	5	5	4	5	3	4	4	4
123	5	5	5	3	4	4	4	5
124	5	4	4	4	5	4	5	5
125	5	4	4	5	4	5	5	4
126	4	5	4	4	4	3	3	4
127	5	4	4	5	5	4	4	5
128	4	5	4	4	2	5	1	4
129	4	4	4	5	5	3	5	4
130	5	4	4	5	3	4	3	4
131	4	5	4	4	2	4	4	5
132	5	4	3	4	5	4	5	4
133	4	5	5	4	4	5	4	3
134	4	5	4	4	5	5	4	5
135	4	5	5	4	5	5	4	4
136	5	4	4	5	4	4	5	4
137	4	4	5	5	4	4	5	4
138	4	4	5	3	4	5	4	5
139	4	5	4	4	3	4	5	4
140	4	5	4	5	5	4	4	4
141	5	4	5	4	3	3	4	4
142	4	3	2	4	5	2	4	4
143	4	3	4	4	5	4	4	5
144	4	5	4	4	3	5	5	4
145	3	4	4	3	5	4	3	4
146	5	5	4	4	4	5	5	4
147	4	4	3	5	4	5	4	4
148	3	2	3	3	3	3	3	4

149	4	5	4	5	5	5	4	5
150	4	2	4	3	1	5	4	3
151	4	5	4	4	5	4	5	4
152	3	4	3	2	1	4	3	4
153	5	5	3	4	4	5	5	4
154	3	5	4	5	5	4	4	3
155	4	5	5	5	3	5	5	4
156	5	4	5	4	4	4	5	4
157	5	4	5	3	3	3	5	5
158	5	5	4	4	5	4	4	4
159	2	4	5	1	2	4	3	5
160	4	4	5	4	5	5	4	4
161	5	4	4	5	4	4	5	5
162	5	4	5	4	3	4	5	4
163	4	5	4	4	5	5	5	4
164	3	4	5	5	4	5	4	4
165	5	4	4	5	3	4	5	5
166	5	4	4	5	4	3	5	4
167	4	5	4	5	5	5	4	4
168	5	4	4	3	4	5	5	3
169	5	4	5	3	5	4	4	5
170	4	5	3	4	5	4	3	5
171	4	4	5	3	4	5	4	4
172	4	4	5	3	4	5	4	3
173	4	4	4	5	4	5	3	4
174	5	5	4	5	3	5	3	5
175	5	5	5	5	4	4	5	5
176	5	5	5	4	4	3	4	4
177	4	5	4	4	3	5	4	5
178	4	4	5	4	4	5	4	5
179	4	5	3	4	4	5	4	5
180	4	3	5	4	2	3	4	4
181	4	3	4	3	5	4	5	3
182	5	5	4	5	3	3	5	4
183	5	4	4	5	3	5	4	4
184	4	5	4	5	4	5	4	5
185	5	4	4	3	4	4	5	4
186	4	4	5	4	4	5	5	4
187	5	4	4	4	5	4	4	3
188	5	4	5	5	4	3	5	4
189	4	5	4	3	3	4	5	4
190	5	4	4	5	3	4	5	4
191	4	5	5	5	4	5	3	4

192	5	4	4	5	4	4	5	4
193	4	5	4	4	5	3	4	4
194	5	5	4	4	5	4	4	4
195	5	5	4	4	4	4	4	4
196	4	5	5	2	1	3	4	5
197	5	4	5	5	3	4	4	5
198	5	4	3	4	4	5	5	4
199	5	4	4	4	5	5	5	4
200	4	5	5	3	4	3	5	4
201	5	3	5	4	4	5	3	4
202	5	5	4	5	3	5	5	4
203	4	4	4	3	4	4	5	5
204	4	5	5	5	5	5	5	4
205	3	4	4	5	5	4	5	4
206	4	5	4	3	4	4	5	4
207	5	5	4	3	4	4	5	5
208	4	5	5	4	4	5	4	5
209	5	4	5	5	4	3	4	4
210	5	4	5	3	2	5	4	5
211	5	4	3	4	5	4	5	2
212	5	3	4	5	2	3	3	4
213	3	4	4	3	4	5	5	4
214	5	4	5	3	2	3	4	3
215	4	5	3	5	3	4	5	3
216	4	5	5	3	4	5	4	5
217	5	4	4	5	3	4	5	5
218	5	4	5	4	4	5	5	4
219	5	3	5	4	5	5	4	4
220	4	4	5	5	4	5	4	5
221	5	5	4	3	5	4	4	5
222	3	4	1	5	1	3	4	1
223	4	5	4	5	4	5	4	4
224	4	3	4	5	3	4	5	4
225	3	3	2	3	4	4	3	3
226	4	4	5	5	4	4	5	4
227	5	4	4	2	1	3	4	5
228	4	3	3	4	5	5	4	4
229	5	4	4	5	5	4	5	4
230	4	4	5	4	2	4	5	2
231	5	5	4	5	4	3	4	5
232	4	4	4	4	4	4	4	5
233	5	4	4	5	5	5	4	4
234	4	4	5	4	3	2	3	4

235	5	5	4	5	5	4	4	5
236	4	4	5	4	3	4	5	4
237	4	4	5	5	5	5	4	4
238	4	5	5	4	3	4	4	5
239	4	5	5	4	4	5	4	4
240	4	4	1	2	3	4	5	3
241	5	5	4	3	5	5	5	4
242	4	4	3	4	5	5	3	4
243	4	4	4	3	4	4	4	5
244	4	5	4	3	4	5	5	4
245	4	4	5	4	4	4	4	4
246	4	3	5	4	5	3	5	4
247	4	5	5	4	3	4	4	5
248	4	5	5	4	3	4	3	3
249	4	4	5	4	3	4	4	5
250	5	5	3	5	4	5	3	5
251	5	3	4	4	5	3	4	4
252	4	5	4	5	5	4	5	4
253	5	4	5	4	4	5	4	5
254	5	4	4	5	3	4	4	5
255	5	4	3	5	5	4	4	3
256	5	4	4	4	5	5	4	5
257	5	4	5	4	3	4	5	4
258	5	5	3	4	5	4	5	4
259	5	4	4	5	3	5	4	3
260	5	4	5	5	2	1	4	4
261	4	5	4	5	4	5	4	5
262	5	4	4	5	5	4	5	3
263	4	4	3	4	5	5	4	5
264	4	5	4	4	5	4	5	5
265	4	5	3	4	5	5	5	4
266	5	4	5	5	4	5	5	4
267	5	4	5	4	4	5	4	5
268	4	5	3	5	3	4	4	4
269	4	4	4	4	4	5	4	4
270	5	4	5	4	3	4	5	5
271	4	3	3	5	5	4	4	5
272	4	5	4	5	4	4	4	5
273	4	5	5	4	5	3	5	4
274	5	4	5	5	5	4	4	5
275	4	4	3	5	5	4	4	5
276	4	4	5	4	3	4	4	5
277	4	5	4	4	5	5	5	3

278	5	5	4	1	2	4	3	5
279	5	4	5	3	4	4	5	5
280	3	4	5	3	1	2	3	4
281	5	4	4	3	5	4	3	4
282	4	5	4	4	3	4	5	4
283	5	4	3	4	2	4	5	4
284	5	4	4	5	5	4	4	5
285	4	5	4	3	4	4	3	5
286	4	5	4	4	4	4	5	4
287	4	4	1	2	5	3	2	1
288	5	2	4	5	2	3	4	5
289	5	5	5	3	4	2	5	5
290	5	4	5	3	1	3	5	4
291	4	5	3	3	4	5	4	4
292	4	4	5	2	4	5	2	1
293	4	4	4	3	5	4	4	3
294	5	4	4	3	4	5	5	5
295	4	5	3	4	4	5	4	5
296	5	4	5	4	4	5	4	5
297	4	4	5	5	4	4	5	5
298	4	5	5	4	4	3	5	5
299	4	5	5	5	5	4	4	5
300	4	5	4	5	5	5	4	3
301	4	4	4	3	3	4	4	4
302	4	4	3	2	4	4	4	3
303	4	4	4	3	3	4	4	4
304	5	4	4	3	4	4	3	3
305	5	4	4	3	2	4	5	5
306	4	4	4	3	4	4	4	4
307	4	5	4	3	3	4	4	4
308	4	4	4	2	3	4	4	5
309	4	4	4	3	3	4	4	4
310	4	5	5	4	5	5	4	3
311	4	4	4	3	3	3	4	3
312	4	5	4	4	4	5	4	4
313	5	5	4	3	4	4	4	2
314	4	4	3	3	4	5	4	2
315	4	4	5	4	3	4	4	3
316	4	4	5	3	4	4	5	5
317	4	4	4	3	2	4	4	2
318	5	4	4	5	5	5	5	5
319	5	4	5	5	4	5	5	4
320	3	3	3	4	4	4	4	3

321	5	5	5	4	4	5	4	3
322	4	4	4	1	3	4	4	1
323	4	4	3	2	1	4	4	2
324	4	4	3	1	3	4	4	2
325	4	4	4	5	5	4	5	5
326	5	5	5	4	3	4	4	5
327	4	4	3	3	4	2	2	1
328	4	4	4	3	3	2	3	4
329	4	4	5	4	4	4	4	3
330	5	5	5	4	4	4	4	5
331	4	5	4	4	3	4	4	4
332	4	4	4	5	3	4	4	5
333	4	4	4	3	4	4	4	4
334	5	4	4	1	4	4	5	4
335	5	4	4	3	4	4	4	4
336	5	5	4	4	4	4	5	5
337	3	4	4	3	4	4	5	3
338	5	5	4	3	4	5	5	3
339	4	5	4	2	3	4	4	1
340	5	5	4	4	3	3	4	4
341	4	4	4	3	5	4	5	5
342	4	4	4	4	5	5	5	4
343	2	3	3	4	3	2	5	3
344	5	4	4	5	4	5	4	3
345	5	4	4	2	4	4	4	5
346	4	4	4	4	4	5	5	4
347	5	5	4	3	4	4	4	4
348	5	5	4	3	4	4	4	5
349	5	5	4	2	4	4	4	3
350	4	3	3	4	5	5	4	4
351	4	4	5	5	4	5	4	3
352	2	4	3	4	4	4	4	3
353	4	5	4	4	3	4	3	4
354	4	5	4	3	3	4	4	3
355	4	4	3	2	4	4	4	3
356	4	4	5	4	4	5	5	5
357	5	4	4	3	4	4	4	2
358	4	5	5	1	4	4	5	4
359	4	4	4	4	4	5	4	4
360	4	4	4	2	4	4	4	4
361	5	5	4	4	3	4	4	5
362	5	5	4	4	4	4	5	4
363	5	4	4	4	4	4	5	4

364	5	4	4	4	5	5	4	4
365	4	3	4	4	5	4	4	1
366	4	4	5	4	4	5	4	4
367	5	5	5	5	5	5	5	5
368	4	4	4	4	4	5	5	4
369	5	4	4	4	4	4	5	5
370	4	4	5	4	4	4	4	4
371	5	5	5	4	4	4	4	5
372	5	5	5	5	5	5	5	4
373	4	5	4	4	4	5	5	5
374	4	4	4	3	3	4	4	4
375	4	4	4	2	4	4	5	5
376	4	4	5	4	4	5	5	5
377	4	5	5	4	4	4	5	4
378	4	4	4	3	4	4	4	4
379	5	4	4	4	3	4	4	5
380	4	4	4	3	3	4	4	4
381	4	5	4	3	3	2	4	4
382	4	4	3	4	2	4	5	5
383	4	4	4	5	4	4	4	4
384	4	4	4	1	3	4	5	5
385	4	5	4	3	3	4	4	5
386	5	5	4	1	4	5	4	5
387	4	4	5	3	4	4	4	4
388	2	4	3	2	1	5	4	3
389	5	4	4	3	4	5	5	5
390	5	4	3	4	4	4	4	5
391	4	4	4	2	4	5	5	4
392	4	4	3	1	3	4	4	5
393	4	5	4	5	4	5	5	5
394	4	4	5	4	4	4	4	4
395	4	4	4	3	4	4	4	2
396	3	4	4	3	4	4	4	5
397	4	5	4	4	4	4	4	4
398	5	4	4	3	5	5	5	4
399	3	3	4	3	4	4	4	3
400	5	4	4	5	5	4	4	5

3. Tabel Kusioner/Angket Kepuasan (X3)

No	Kepuasan (X3)							
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8
1	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	2
5	4	4	3	4	4	4	4	3
6	3	2	5	4	4	5	5	3
7	4	5	3	3	4	5	4	3
8	4	5	4	4	5	5	4	4
9	4	5	5	4	5	4	4	5
10	5	5	5	5	4	4	4	3
11	5	4	4	5	4	4	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5	5	5	5
14	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	2	4
16	5	5	5	5	5	5	3	3
17	4	4	5	4	4	5	3	4
18	3	3	3	3	3	3	3	3
19	4	5	5	4	4	4	3	4
20	5	4	4	4	5	5	3	3
21	4	4	4	4	4	4	4	4
22	3	3	3	4	4	4	4	3
23	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	5	5	5	5	5	5	5
25	4	4	3	4	4	4	4	4
26	5	5	4	4	4	5	5	4
27	5	4	5	5	5	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	5
29	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	4	5	5	4	4	4
32	4	4	5	5	5	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4	3
34	5	5	5	5	5	5	5	5
35	5	4	4	5	5	4	4	4
36	5	5	5	5	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5	5	5	5
38	5	3	4	5	3	4	5	5
39	4	4	4	4	4	4	4	5
40	4	5	4	5	4	4	3	4

41	4	5	4	5	5	5	3	4
42	4	5	5	4	5	4	5	4
43	5	4	5	4	5	5	4	4
44	4	5	4	5	4	4	4	4
45	3	2	4	4	4	4	3	2
46	4	5	4	5	4	5	4	5
47	4	4	4	4	5	5	3	4
48	4	4	4	4	5	5	4	4
49	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4
51	2	1	1	1	1	1	1	1
52	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	5	4	4	3	3	4	2
54	1	1	4	1	1	1	1	2
55	2	1	3	1	1	1	5	2
56	4	4	4	4	5	5	4	4
57	4	5	4	5	4	5	4	5
58	4	5	5	4	5	4	5	4
59	4	5	4	5	4	5	4	5
60	4	5	4	5	4	5	4	5
61	4	5	5	4	5	4	5	4
62	5	5	5	5	5	4	4	5
63	4	5	4	5	4	4	4	5
64	4	4	5	4	5	4	5	4
65	4	5	4	5	4	4	2	2
66	4	5	4	4	4	4	5	3
67	5	4	5	4	5	4	5	4
68	5	5	5	5	5	5	5	5
69	4	4	5	5	4	4	5	5
70	5	4	5	4	5	4	5	4
71	4	5	5	4	3	5	4	5
72	5	5	5	4	5	4	5	4
73	4	5	5	4	5	5	4	5
74	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4	2	2	4
76	5	5	4	5	4	4	5	5
77	1	1	1	1	1	1	1	1
78	5	5	4	5	4	5	5	4
79	4	4	4	4	4	4	4	4
80	3	4	3	4	5	2	2	3
81	4	5	5	5	4	4	4	4
82	4	4	4	4	5	5	5	5
83	4	3	3	3	4	4	4	4

84	4	4	4	4	4	4	4	4
85	5	5	5	5	4	4	4	5
86	4	4	3	3	4	3	2	4
87	4	4	4	4	4	4	4	4
88	4	4	4	4	5	5	4	4
89	4	4	3	4	3	3	4	4
90	4	3	3	3	4	4	2	4
91	5	4	4	3	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4	5	5	5
93	4	4	4	4	4	4	4	4
94	3	3	3	3	3	3	3	3
95	4	4	4	4	4	4	5	5
96	4	5	5	5	4	5	4	4
97	4	4	5	4	3	3	5	5
98	5	4	5	4	5	4	5	4
99	3	5	4	5	3	4	5	4
100	4	5	5	4	5	5	4	4
101	5	5	4	4	5	4	5	5
102	5	4	3	5	4	5	4	4
103	5	4	5	4	5	4	5	4
104	4	3	5	4	3	5	4	5
105	5	5	4	5	4	5	4	4
106	4	4	3	4	5	5	4	5
107	4	5	4	5	4	5	4	5
108	5	4	5	4	4	5	4	2
109	4	5	4	5	4	5	4	5
110	5	4	3	3	4	4	3	4
111	3	5	4	5	4	5	3	5
112	5	4	4	5	4	5	4	5
113	5	4	4	5	4	5	4	5
114	5	4	5	4	4	5	5	5
115	5	4	3	3	4	4	4	2
116	4	5	3	4	4	3	5	5
117	4	5	3	4	3	4	5	5
118	5	4	4	5	4	5	4	5
119	4	5	3	4	4	5	3	5
120	4	4	5	4	4	5	5	4
121	5	4	4	4	5	4	4	5
122	5	4	5	4	5	5	4	4
123	4	5	4	4	3	3	4	3
124	3	4	4	3	5	4	5	5
125	4	5	4	4	5	5	4	5
126	3	4	4	3	3	3	4	4

127	5	5	4	4	4	5	5	5
128	3	4	4	3	5	2	5	5
129	4	4	5	5	4	5	2	4
130	4	4	5	3	3	4	4	4
131	4	5	4	4	5	4	4	5
132	5	4	3	4	5	4	3	4
133	4	3	4	5	5	3	4	4
134	5	4	5	4	3	4	5	4
135	5	5	4	5	3	5	4	3
136	4	4	5	4	4	5	4	5
137	4	4	4	5	4	4	5	4
138	5	4	5	4	4	5	4	5
139	4	5	5	4	5	4	4	5
140	5	5	5	5	5	5	4	5
141	5	4	5	4	4	4	5	4
142	4	3	4	4	3	5	4	5
143	5	4	5	4	4	5	5	4
144	4	5	4	5	4	5	5	4
145	3	5	4	3	4	3	4	3
146	3	4	3	4	4	4	4	5
147	4	5	4	4	4	5	4	4
148	3	3	2	3	3	3	3	3
149	4	5	5	4	5	4	4	5
150	2	3	3	4	4	5	5	4
151	5	4	3	4	5	4	4	5
152	4	5	4	5	4	5	4	3
153	4	5	3	4	4	5	4	4
154	3	4	4	5	4	3	4	5
155	5	5	5	4	3	4	3	4
156	4	5	4	4	4	4	5	5
157	5	4	5	5	5	5	5	4
158	4	4	5	5	5	4	4	4
159	2	3	1	4	5	3	4	2
160	5	4	4	5	4	4	5	5
161	4	4	5	5	5	5	4	4
162	4	5	4	4	5	4	5	5
163	4	5	5	4	5	4	4	5
164	4	5	5	4	5	4	4	5
165	4	4	5	4	4	3	4	4
166	4	5	4	5	3	4	4	5
167	4	4	3	4	4	3	4	4
168	4	5	5	3	4	4	5	4
169	4	5	4	5	3	5	4	5

170	3	4	2	4	1	4	3	5
171	4	4	5	5	4	4	3	4
172	4	4	5	4	3	4	3	4
173	3	4	4	5	4	5	3	5
174	4	5	5	4	4	3	5	4
175	5	4	4	4	5	5	5	4
176	5	4	5	5	5	3	4	4
177	5	4	4	5	4	5	5	4
178	5	4	4	5	4	5	4	5
179	5	4	5	4	4	5	4	5
180	3	2	3	4	3	5	3	4
181	4	3	4	3	3	5	4	5
182	5	5	4	4	5	3	3	5
183	5	5	4	5	4	4	5	4
184	4	5	4	5	4	5	4	5
185	5	4	5	4	4	5	4	5
186	4	5	4	4	5	4	3	4
187	5	4	5	4	4	5	3	5
188	5	4	5	5	5	4	5	5
189	4	4	5	4	5	4	4	4
190	4	4	2	4	5	4	3	4
191	4	4	5	4	4	3	4	5
192	4	5	5	4	4	4	5	4
193	4	5	4	3	5	4	4	3
194	5	5	5	5	4	4	4	5
195	4	4	5	5	5	5	5	5
196	4	3	2	4	2	3	4	5
197	4	5	4	5	5	4	5	4
198	4	4	3	4	5	5	4	3
199	5	4	4	4	4	4	4	4
200	4	5	5	4	3	1	5	4
201	4	3	5	5	4	3	4	5
202	4	4	4	4	4	3	4	4
203	4	4	3	4	5	5	5	4
204	4	4	4	4	3	3	3	3
205	4	4	3	4	5	4	4	4
206	5	4	3	4	3	5	4	3
207	4	4	3	4	4	5	4	3
208	5	5	5	4	5	4	4	5
209	5	4	4	5	3	5	4	4
210	4	5	4	5	4	5	3	4
211	1	4	5	4	3	5	3	4
212	3	2	3	4	5	5	3	4

213	4	5	5	4	3	4	5	4
214	5	3	4	2	3	5	4	3
215	4	5	3	4	4	3	2	2
216	5	3	4	5	5	4	3	5
217	5	5	4	5	3	4	5	5
218	5	4	5	5	4	4	5	4
219	5	5	4	5	4	5	5	3
220	5	4	5	5	5	5	4	5
221	4	4	5	4	3	3	4	5
222	4	2	3	4	3	1	5	2
223	5	4	4	5	4	5	4	5
224	4	5	3	4	5	4	3	5
225	3	4	3	3	4	3	3	4
226	4	4	4	4	3	4	4	5
227	4	4	3	4	3	4	5	4
228	4	5	5	4	5	4	5	4
229	5	5	4	4	5	3	3	4
230	5	3	4	5	4	4	4	5
231	4	4	5	4	3	4	4	5
232	4	4	4	4	4	4	4	4
233	4	4	5	5	4	4	5	4
234	3	4	3	3	3	3	2	3
235	4	4	5	5	4	5	5	5
236	3	4	5	4	3	3	4	3
237	4	4	4	5	5	4	5	4
238	4	4	3	5	4	5	5	4
239	5	4	5	5	4	4	5	5
240	4	4	3	1	2	3	4	4
241	5	5	4	5	4	5	5	3
242	4	3	4	5	3	3	4	5
243	4	4	4	5	5	4	5	5
244	4	5	5	4	5	4	5	5
245	5	5	4	4	5	5	4	4
246	5	4	5	5	3	4	5	4
247	5	4	4	3	5	5	4	4
248	4	4	3	4	2	1	3	4
249	4	3	5	5	4	5	5	4
250	5	5	4	3	4	3	5	4
251	5	4	4	5	3	5	4	3
252	5	4	5	4	4	5	4	5
253	5	4	5	5	4	5	4	5
254	4	5	5	4	3	4	5	5
255	4	5	3	5	4	5	3	4

256	5	5	4	5	4	5	4	4
257	5	4	5	5	3	4	5	4
258	5	4	3	4	5	4	4	5
259	5	4	4	5	4	3	5	4
260	5	5	4	5	4	4	2	2
261	4	4	5	5	3	4	5	5
262	5	4	5	5	4	5	4	4
263	3	4	4	5	4	4	5	4
264	4	4	4	5	5	5	5	4
265	4	4	4	5	4	4	5	5
266	5	5	4	4	5	4	5	4
267	5	4	3	4	4	5	4	4
268	5	4	5	3	4	4	3	4
269	4	5	4	4	4	4	4	4
270	4	4	3	4	5	5	5	5
271	3	4	2	1	4	4	5	5
272	4	4	4	5	3	3	4	4
273	4	5	5	4	3	4	4	5
274	5	4	4	4	5	4	5	5
275	5	4	4	3	5	4	5	4
276	4	4	5	5	4	5	4	3
277	3	4	4	5	4	5	4	5
278	4	5	4	5	5	3	4	5
279	5	5	4	3	5	4	4	5
280	4	4	3	4	3	4	4	5
281	4	4	5	4	5	5	4	3
282	4	5	4	4	4	3	4	5
283	4	3	2	4	5	3	4	5
284	4	5	5	4	4	5	4	3
285	4	5	5	4	3	2	4	3
286	4	5	4	4	4	4	5	5
287	4	5	4	3	2	1	4	5
288	4	5	3	4	5	5	4	5
289	5	5	4	3	2	1	5	5
290	4	3	5	5	4	3	5	3
291	4	5	5	4	4	3	3	4
292	3	4	5	4	5	4	2	3
293	4	4	4	4	5	5	4	4
294	4	4	3	5	4	4	3	5
295	4	3	4	5	4	4	5	3
296	4	4	3	4	4	5	4	5
297	4	4	5	5	4	4	5	5
298	5	4	3	2	3	4	5	4

299	5	5	5	5	5	4	5	4
300	4	4	5	4	5	4	5	5
301	4	4	5	5	5	4	5	5
302	5	5	5	5	5	5	5	5
303	4	4	5	5	4	1	1	1
304	5	5	5	5	5	5	5	5
305	4	4	4	4	4	4	5	5
306	4	4	4	3	4	4	4	4
307	4	4	4	5	3	3	3	3
308	4	4	4	4	4	4	4	4
309	3	4	4	4	4	4	3	4
310	4	4	5	5	5	5	4	4
311	4	4	4	4	4	4	4	4
312	4	4	5	5	2	1	3	3
313	4	4	4	4	4	3	4	3
314	4	4	4	4	3	3	4	4
315	4	4	5	5	5	5	4	4
316	5	5	5	5	4	4	4	4
317	5	5	5	5	5	5	4	4
318	5	5	4	4	4	4	4	4
319	4	5	4	4	5	5	5	4
320	5	5	5	5	4	4	5	4
321	4	4	5	5	4	5	5	4
322	5	5	5	5	4	4	5	5
323	4	4	5	4	4	4	4	4
324	4	4	4	4	4	4	4	4
325	4	4	4	5	3	3	4	4
326	4	4	5	5	4	4	4	4
327	5	5	5	5	4	4	4	4
328	4	5	5	5	3	3	3	3
329	5	5	4	4	4	4	4	5
330	4	4	4	5	3	3	3	3
331	5	4	4	4	4	5	4	4
332	4	4	4	5	4	5	4	5
333	4	4	4	5	5	4	5	4
334	4	4	4	4	5	5	5	5
335	4	4	4	4	4	4	4	4
336	4	4	5	5	4	4	4	4
337	5	4	4	4	4	4	5	5
338	4	4	4	5	2	2	3	3
339	4	5	3	4	5	4	5	5
340	4	4	4	4	4	3	4	5
341	4	4	4	4	5	5	5	5

342	4	5	4	5	5	5	4	4
343	4	3	2	2	4	4	3	3
344	4	4	3	4	2	2	3	4
345	5	5	5	5	5	4	4	4
346	4	4	4	4	4	4	4	4
347	5	5	5	4	3	3	4	4
348	4	4	4	4	4	4	4	4
349	4	5	5	5	5	5	5	5
350	4	5	4	5	4	3	2	3
351	5	3	5	4	3	4	4	4
352	4	5	4	2	3	4	2	3
353	4	4	4	5	4	4	3	4
354	5	4	4	3	5	4	3	4
355	4	4	4	4	4	5	5	5
356	4	4	4	4	3	3	4	4
357	3	3	4	4	1	1	3	3
358	4	4	4	5	3	3	4	5
359	5	5	4	4	1	1	4	4
360	4	4	4	4	1	2	5	5
361	4	4	4	4	5	5	4	4
362	4	4	5	5	5	5	5	5
363	5	5	5	5	5	5	5	5
364	5	5	5	5	4	4	4	4
365	4	4	4	4	4	4	4	4
366	4	4	4	4	4	5	4	4
367	5	5	5	5	5	5	4	4
368	4	4	4	4	3	3	3	4
369	5	5	4	4	3	3	3	3
370	4	4	5	5	4	4	4	4
371	4	5	4	4	4	4	5	5
372	4	4	4	4	3	3	3	3
373	4	4	4	4	4	4	5	5
374	4	4	4	4	4	4	4	4
375	3	4	4	4	4	4	3	4
376	4	5	4	4	3	3	2	3
377	4	4	5	5	3	3	3	3
378	4	4	4	4	4	4	4	4
379	4	5	4	4	4	4	4	4
380	4	4	4	4	4	4	4	4
381	5	5	4	4	4	4	5	5
382	4	5	4	5	4	5	5	4
383	4	4	4	4	3	3	3	3
384	4	4	4	4	4	4	4	5

385	4	5	4	4	4	4	4	4
386	1	4	5	1	1	4	5	1
387	4	4	4	4	4	4	4	4
388	4	4	3	2	4	2	2	4
389	5	5	5	5	5	5	5	5
390	4	4	4	4	4	4	4	4
391	4	4	4	4	5	5	5	5
392	4	4	4	4	4	4	4	4
393	3	4	4	5	4	4	4	3
394	4	4	4	4	4	4	4	4
395	4	5	5	5	5	5	4	4
396	4	4	4	4	4	4	4	4
397	4	4	3	4	4	4	3	3
398	5	5	5	5	2	2	5	5
399	4	4	4	4	4	4	4	4
400	4	4	5	5	5	4	4	5

4. Tabel Kusioner/Angket Minat Menggunakan (Y)

No	Minat Menggunakan (Y)							
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
1	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	2	2	2	2	2	2
5	4	4	4	4	3	4	4	5
6	4	3	5	4	3	3	2	2
7	4	3	4	4	4	5	4	3
8	4	5	4	4	4	5	3	3
9	5	4	5	4	3	4	4	5
10	4	4	5	5	5	5	5	5
11	5	4	4	5	5	4	4	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5	5	5	5
14	4	4	4	4	4	4	4	4
15	3	2	3	2	3	3	3	3
16	5	4	3	4	3	3	3	4
17	4	5	4	4	5	4	3	4
18	4	3	3	3	3	3	3	3
19	4	4	5	5	3	3	5	3
20	5	5	4	5	4	4	4	3
21	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	3	4	3	4	4	4

23	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	5	5	5	5	5	5	5
25	4	4	4	4	3	4	3	3
26	5	4	5	5	5	5	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	5	4	5	5	5	5	5
29	4	3	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	3	4	4	5	3	4
32	3	3	3	3	3	3	3	3
33	4	4	4	4	4	4	3	3
34	5	5	5	5	5	5	5	5
35	4	4	4	4	4	4	4	4
36	5	5	5	5	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5	5	5	5
38	5	5	3	3	5	3	4	5
39	4	4	4	4	4	5	5	5
40	4	5	4	5	4	4	3	3
41	4	5	4	5	4	4	3	3
42	4	3	4	5	4	5	4	5
43	5	4	5	4	4	4	3	4
44	4	4	5	5	5	3	2	2
45	4	5	5	4	5	5	4	5
46	5	4	4	4	3	5	4	4
47	4	5	5	4	4	4	4	3
48	4	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4
51	1	1	1	1	1	1	2	1
52	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	3	3	2	4	4	3	3
54	1	1	4	1	5	2	1	4
55	5	2	2	1	2	2	2	1
56	4	4	5	4	4	5	4	4
57	4	5	4	5	4	5	4	5
58	5	4	5	4	5	4	5	4
59	4	5	4	5	4	5	4	5
60	4	5	4	5	5	4	5	4
61	3	4	5	4	5	4	3	3
62	4	4	4	5	4	4	4	4
63	4	5	5	5	4	4	5	4
64	4	5	5	4	5	4	4	5
65	4	5	4	4	2	2	1	1

66	4	2	4	4	5	4	5	5
67	4	5	4	5	4	5	2	2
68	5	5	5	5	5	5	5	5
69	4	5	5	5	4	4	4	5
70	4	4	5	5	4	4	5	4
71	4	5	4	5	4	4	5	5
72	5	5	4	4	4	5	4	5
73	5	4	4	5	5	5	5	5
74	4	4	5	4	4	4	3	4
75	4	2	2	4	2	2	2	2
76	5	5	4	5	5	4	4	5
77	3	3	3	3	3	3	3	3
78	4	4	5	5	5	5	4	4
79	4	4	4	4	4	4	4	4
80	4	3	4	5	3	4	5	3
81	5	5	5	5	5	4	4	4
82	5	5	5	5	4	4	4	4
83	3	3	4	4	4	4	4	4
84	4	4	4	4	4	4	4	4
85	5	5	4	5	4	5	4	4
86	4	1	3	4	4	2	1	1
87	4	4	4	4	4	4	4	4
88	4	4	4	4	4	4	4	4
89	4	5	3	3	4	5	3	3
90	4	4	4	4	4	4	4	4
91	3	3	4	4	3	3	4	4
92	5	5	3	3	3	3	3	3
93	3	3	3	3	3	3	3	3
94	3	3	3	3	3	3	3	3
95	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	4	5	4	4	4	4
97	4	3	3	3	4	4	4	4
98	5	4	5	4	5	3	4	5
99	3	5	4	5	3	5	4	5
100	5	4	5	4	5	4	5	5
101	5	5	4	4	4	5	5	4
102	5	4	5	4	4	5	4	5
103	5	4	5	4	5	4	5	4
104	4	5	3	4	5	3	4	5
105	5	4	5	5	4	5	4	5
106	4	5	4	4	5	4	3	4
107	4	5	4	5	4	5	4	5
108	5	4	5	5	4	4	5	3

109	3	5	4	5	3	4	5	4
110	3	4	5	4	3	4	3	3
111	3	4	5	4	5	4	5	4
112	5	4	5	4	5	4	4	5
113	5	4	4	5	4	5	4	5
114	5	4	5	5	4	3	5	4
115	4	2	4	5	4	3	4	3
116	4	4	5	3	3	5	4	5
117	4	4	5	5	3	4	4	5
118	4	5	4	5	5	4	4	5
119	4	5	4	3	5	4	3	4
120	5	5	4	4	5	4	5	4
121	3	5	4	4	3	4	5	4
122	5	4	5	4	5	4	3	5
123	4	4	3	4	5	5	3	3
124	5	4	4	5	5	5	4	5
125	4	5	5	4	5	5	4	4
126	5	4	4	3	3	4	4	3
127	4	5	4	5	5	4	4	5
128	4	3	2	5	3	4	3	3
129	5	5	4	4	5	4	4	5
130	4	5	3	4	3	4	4	4
131	4	5	4	4	5	5	3	4
132	5	4	3	4	5	4	3	4
133	4	4	3	4	4	5	4	5
134	5	4	5	4	5	4	5	4
135	5	4	3	4	5	4	3	5
136	5	4	5	5	4	4	4	5
137	4	4	4	4	4	5	4	4
138	5	4	4	5	4	5	4	5
139	5	4	5	5	4	3	4	5
140	4	3	4	4	4	4	3	4
141	5	4	3	4	4	3	5	4
142	4	2	3	4	5	4	5	3
143	4	4	5	5	4	4	5	5
144	4	5	4	5	5	5	5	4
145	3	4	4	4	3	3	4	3
146	5	4	4	5	4	5	3	4
147	5	5	4	5	4	4	5	5
148	3	3	3	3	3	3	3	2
149	4	4	4	4	5	5	4	4
150	4	3	4	4	3	2	4	3
151	3	4	4	5	4	4	4	5

152	3	4	5	5	5	3	4	4
153	4	4	5	4	5	5	3	4
154	4	5	5	4	3	4	4	5
155	4	4	3	4	4	4	4	4
156	4	5	4	5	4	5	5	4
157	3	4	3	5	5	4	5	5
158	5	5	5	4	4	5	4	5
159	1	1	3	4	5	2	1	4
160	4	4	5	5	5	4	3	5
161	5	4	4	4	4	5	4	4
162	5	4	5	5	4	5	3	4
163	5	4	5	4	5	5	4	4
164	3	5	4	4	5	3	5	4
165	5	4	3	4	4	5	4	4
166	3	5	3	3	3	4	4	2
167	5	4	3	5	4	4	4	4
168	4	5	5	3	4	4	5	3
169	5	4	4	5	5	4	5	4
170	3	2	1	3	4	3	2	2
171	4	3	4	4	4	5	3	3
172	4	3	4	3	5	4	3	3
173	4	4	5	5	4	3	5	5
174	4	3	4	5	5	3	5	3
175	5	4	4	5	5	5	4	4
176	3	4	5	5	4	5	4	3
177	5	4	5	5	4	3	5	4
178	4	4	5	5	4	5	4	5
179	4	5	4	5	5	4	3	5
180	3	4	2	4	3	5	2	4
181	5	3	3	3	3	5	4	3
182	5	4	4	5	5	4	5	3
183	4	5	5	4	3	4	4	5
184	4	5	4	5	4	5	4	5
185	4	5	4	4	5	4	4	3
186	5	4	5	5	4	5	5	4
187	4	4	4	5	3	4	5	4
188	5	4	5	4	4	5	4	4
189	4	5	4	4	3	3	3	4
190	4	5	4	3	4	2	4	5
191	4	5	3	4	4	5	4	4
192	5	4	4	5	4	5	4	4
193	4	4	3	4	5	4	4	3
194	4	4	4	4	4	4	5	5

195	4	5	5	4	5	5	5	5
196	4	2	3	4	2	1	2	4
197	4	5	4	4	4	5	5	3
198	4	4	3	4	5	4	5	5
199	5	5	4	4	4	5	4	4
200	4	3	5	5	4	4	5	5
201	4	4	5	3	5	5	4	3
202	4	3	3	4	5	3	4	4
203	4	4	4	5	5	4	3	4
204	4	5	3	4	4	2	2	1
205	4	5	4	4	5	4	4	5
206	4	3	4	5	4	5	5	4
207	4	4	3	4	5	5	4	3
208	4	4	5	4	5	5	4	5
209	5	4	5	4	4	5	4	4
210	5	4	5	5	4	5	4	5
211	4	2	3	5	3	3	4	5
212	3	5	4	5	4	5	4	3
213	4	3	4	5	5	4	3	4
214	4	5	3	4	5	4	3	4
215	4	5	3	5	2	4	1	4
216	4	4	5	5	4	5	5	3
217	5	4	4	5	4	5	5	4
218	5	4	5	5	4	4	5	4
219	3	4	3	4	5	5	3	5
220	4	4	5	4	5	5	4	5
221	4	4	3	3	4	4	4	5
222	1	4	2	4	5	3	1	1
223	5	4	5	4	5	3	4	5
224	3	3	4	5	4	5	5	3
225	3	3	4	4	2	2	3	3
226	4	4	5	5	4	4	4	4
227	5	4	3	4	3	5	3	4
228	5	4	4	5	5	4	4	5
229	5	4	5	4	4	5	4	4
230	5	5	5	5	4	4	3	5
231	5	4	4	5	4	5	5	4
232	4	4	1	1	4	4	4	2
233	4	4	4	4	4	5	4	5
234	4	5	4	4	4	4	4	5
235	5	5	4	5	4	4	5	5
236	4	3	3	4	3	3	4	4
237	5	5	3	4	4	4	3	5

238	5	5	4	5	4	5	5	4
239	4	5	5	4	4	5	4	4
240	4	4	4	3	4	5	5	5
241	4	5	5	4	3	2	1	5
242	4	3	4	3	3	4	5	5
243	5	4	4	5	5	5	3	4
244	4	4	5	5	4	5	5	5
245	4	4	5	5	5	4	5	4
246	5	4	5	3	4	5	4	5
247	5	4	4	5	4	3	5	5
248	4	3	4	5	4	3	4	5
249	5	4	5	4	4	5	4	4
250	5	4	4	3	3	4	4	4
251	4	3	5	5	4	3	5	4
252	5	5	4	5	4	5	5	4
253	5	4	5	4	5	4	4	5
254	4	5	3	3	2	4	4	5
255	4	5	4	3	3	5	4	5
256	4	5	4	5	4	5	5	4
257	4	4	5	4	4	5	4	5
258	5	4	3	4	5	5	4	3
259	4	5	4	5	3	4	4	5
260	3	4	3	5	5	5	4	5
261	3	5	4	4	5	4	3	4
262	4	4	3	4	5	4	5	5
263	4	3	4	4	5	4	5	5
264	5	5	5	4	4	4	4	5
265	4	5	5	3	5	4	4	5
266	5	4	4	5	4	5	5	4
267	4	4	5	5	5	4	4	5
268	4	3	5	4	5	4	4	3
269	4	5	4	4	4	4	4	4
270	5	4	5	5	5	4	3	4
271	4	3	4	5	5	2	5	4
272	4	4	3	4	3	4	4	5
273	5	4	5	4	3	4	5	5
274	4	5	5	4	4	4	5	5
275	5	4	4	5	5	3	4	4
276	5	5	4	3	4	5	4	4
277	4	4	3	4	5	4	4	4
278	5	4	4	3	5	4	3	4
279	4	5	3	4	4	5	4	5
280	5	3	3	4	5	4	3	3

281	3	4	4	5	4	5	4	4
282	4	5	4	4	3	4	2	2
283	4	3	5	4	5	3	5	4
284	4	5	4	4	5	4	4	4
285	4	5	3	4	3	5	4	5
286	4	4	5	4	4	5	5	3
287	1	3	4	5	3	3	3	4
288	5	4	3	4	5	5	2	4
289	3	1	5	5	5	4	5	5
290	4	5	3	5	4	5	3	5
291	3	4	4	4	5	4	3	4
292	4	3	5	2	3	4	5	5
293	4	4	4	4	4	5	4	4
294	5	5	4	5	3	5	4	4
295	4	3	4	4	5	4	3	4
296	4	4	5	4	5	4	4	3
297	4	4	5	5	4	4	5	5
298	2	3	4	5	4	4	5	3
299	5	5	4	4	5	4	5	4
300	4	5	4	5	5	4	3	5
301	4	4	4	4	4	4	5	5
302	5	5	5	5	5	5	5	5
303	4	4	1	1	4	1	1	1
304	5	5	5	5	5	5	5	5
305	5	5	5	4	4	4	5	5
306	4	4	4	4	4	4	4	4
307	4	4	3	4	3	3	2	2
308	4	4	4	4	4	4	4	4
309	4	4	4	4	3	3	3	3
310	4	4	5	5	5	3	1	1
311	5	5	5	4	4	4	5	5
312	3	2	2	4	4	4	1	1
313	4	4	3	4	3	3	2	1
314	4	4	4	4	4	4	1	2
315	4	4	5	5	5	3	3	3
316	4	3	3	3	3	4	2	2
317	4	4	4	5	5	5	5	5
318	5	5	3	3	3	4	4	3
319	4	5	4	5	4	3	2	2
320	4	4	3	3	4	4	3	3
321	5	4	4	4	4	4	4	5
322	4	4	4	4	4	4	3	3
323	5	5	4	4	4	3	3	3

324	5	5	5	4	4	4	4	4
325	4	5	5	4	4	4	2	2
326	4	4	4	4	4	4	4	5
327	4	4	4	5	5	4	1	2
328	4	3	4	4	4	4	1	1
329	4	4	4	5	5	4	4	4
330	4	4	5	4	4	2	2	2
331	4	3	3	4	3	3	4	3
332	4	3	4	4	3	3	2	2
333	4	4	5	5	4	4	5	4
334	4	4	4	3	3	4	4	2
335	4	4	4	4	4	5	4	4
336	5	5	4	4	4	4	3	2
337	5	4	5	3	4	4	3	3
338	4	3	3	4	4	4	1	1
339	3	4	5	5	4	3	2	1
340	4	4	3	4	3	4	3	2
341	4	4	5	4	4	5	5	5
342	4	4	3	3	3	4	4	3
343	5	5	2	1	2	2	3	3
344	4	4	4	5	4	3	3	3
345	4	3	4	4	4	4	3	3
346	5	5	5	5	5	5	5	5
347	3	3	3	4	4	4	3	3
348	4	4	4	5	5	5	5	5
349	5	5	4	4	4	4	4	3
350	5	4	3	4	2	4	4	3
351	4	4	4	5	2	4	3	4
352	4	4	4	4	3	3	4	4
353	4	3	2	3	4	3	4	3
354	4	3	4	3	2	4	3	5
355	5	5	5	4	4	3	3	3
356	4	4	4	4	5	2	2	2
357	4	4	4	5	5	3	1	2
358	4	4	5	5	4	4	5	5
359	4	4	4	4	4	3	2	1
360	5	5	5	4	4	4	4	4
361	5	4	5	4	4	4	5	5
362	4	4	4	4	4	4	4	4
363	4	4	4	4	4	3	4	3
364	5	5	4	4	5	3	2	1
365	5	5	5	4	3	3	2	2
366	4	4	5	5	5	4	3	3

367	5	5	5	4	4	4	4	4
368	5	4	5	5	3	3	3	3
369	4	5	4	4	4	2	1	1
370	5	5	4	4	4	5	4	4
371	4	5	5	4	4	4	4	4
372	4	3	3	3	3	3	3	3
373	5	5	5	4	4	3	3	2
374	4	4	4	4	4	4	4	4
375	4	3	2	3	4	3	3	3
376	4	3	3	4	3	3	2	2
377	4	4	3	5	3	3	2	2
378	4	4	4	4	4	4	4	4
379	5	5	5	5	4	4	4	4
380	4	4	4	4	4	4	4	4
381	5	5	4	4	4	1	1	1
382	5	5	5	5	5	5	5	5
383	4	4	3	3	3	3	2	2
384	4	4	4	4	4	5	4	4
385	5	4	4	4	4	4	4	4
386	4	5	1	5	4	1	3	1
387	4	4	4	4	4	4	4	4
388	3	4	3	1	2	3	4	3
389	5	5	5	5	5	5	5	5
390	4	4	4	4	4	4	4	4
391	5	5	4	4	4	5	5	5
392	4	4	4	4	4	4	5	5
393	5	5	4	5	4	4	5	3
394	4	4	4	4	4	4	4	4
395	4	4	4	4	4	4	4	5
396	4	4	4	5	4	5	4	4
397	4	3	3	4	4	3	3	3
398	5	5	5	5	5	4	4	4
399	4	4	4	4	4	2	2	2
400	5	5	4	5	3	3	3	3

Lampiran 3 Data Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 Tahun	43	10.8	10.8	10.8
	> 51 Tahun	20	5.0	5.0	15.8
	21 - 30 Tahun	254	63.5	63.5	79.3
	31 - 40 Tahun	44	11.0	11.0	90.3
	41 - 50 Tahun	39	9.8	9.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	n	109	27.3	27.3	27.3
	Perempuan	291	72.8	72.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D1 s/d D	27	6.8	6.8	6.8
	D4/S1	143	35.8	35.8	42.5
	Doktor (	2	.5	.5	43.0
	Magister	7	1.8	1.8	44.8
	SD s/d S	221	55.3	55.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum Be	1	.3	.3	.3
	Buruh le	1	.3	.3	.5
	Dagang	1	.3	.3	.8
	Freelanc	100	25.0	25.0	25.8
	Guru PPP	1	.3	.3	26.0
	IRT/Pens	49	12.3	12.3	38.3

Jualan	1	.3	.3	38.5
Jualan p	1	.3	.3	38.8
Kuliah	1	.3	.3	39.0
mahasisw	9	2.3	2.3	41.3
Mahasisw	41	10.3	10.3	51.5
mahasiwa	2	.5	.5	52.0
Mahasiwa	1	.3	.3	52.3
Mekanik/	1	.3	.3	52.5
Part Tim	1	.3	.3	52.8
pegawai	1	.3	.3	53.0
Pegawai	41	10.3	10.3	63.3
pelajar	1	.3	.3	63.5
Pelajar	1	.3	.3	63.8
pelajar/	2	.5	.5	64.3
Pelajar/	6	1.5	1.5	65.8
Pengusah	43	10.8	10.8	76.5
Perawat	3	.8	.8	77.3
petani	3	.8	.8	78.0
Petani	5	1.3	1.3	79.3
PNS/TNI/	22	5.5	5.5	84.8
Profesio	15	3.8	3.8	88.5
siswi	1	.3	.3	88.8
Sopir	1	.3	.3	89.0
Wiraswas	44	11.0	11.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Layanan Yang Digunakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Layanan Islami (Ziswaf, Pendaftaran & Pelunasan Haji)	2	.5	.5	.5
	Pembayaran (PBB, PDAM, BPJS.)	17	4.3	4.3	4.8
	Pembelian (PLN, Pulsa, Gopay, ShopeePay)	117	29.3	29.3	34.0

Program Pemerintah (Bantuan Sosial)	16	4.0	4.0	38.0
Transaksi (Setor tunai, Tarik tunai, Transfer)	248	62.0	62.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan Agen BSI Smart pernulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid > setiap	16	4.0	4.0	4.0
2-4 kali	170	42.5	42.5	46.5
4-6 kali	59	14.8	14.8	61.3
6-8 kali	23	5.8	5.8	67.0
8-10 kal	16	4.0	4.0	71.0
hanya se	116	29.0	29.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Lampiran 4 Tanggapan Responden Penelitian

1. Tanggapan Jawaban Responden Variabel Kemudahan

Layanan Agen BSI Smart mudah digunakan dalam melakukan transaksi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	8	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	8	2.0	2.0	4.0
Kurang Setuju	30	7.5	7.5	11.5
Setuju	253	63.3	63.3	74.8
Sangat Setuju	101	25.3	25.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Prosedur transaksi pada Agen BSI Smart sederhana untuk dilakukan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	.5	.5	.5
Tidak Setuju	3	.8	.8	1.3
Kurang Setuju	33	8.3	8.3	9.5
Setuju	199	49.8	49.8	59.3
Sangat Setuju	163	40.8	40.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Informasi yang tersedia pada layanan Agen BSI Smart mudah dipahami

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	4	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	8	2.0	2.0	3.0
Kurang Setuju	47	11.8	11.8	14.8
Setuju	205	51.3	51.3	66.0
Sangat Setuju	136	34.0	34.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Penjelasan yang diberikan oleh agen BSI Smart mudah dipahami oleh masyarakat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	.5	.5	.5
Tidak Setuju	11	2.8	2.8	3.3
Kurang Setuju	44	11.0	11.0	14.3
Setuju	199	49.8	49.8	64.0
Sangat Setuju	144	36.0	36.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Saya merasa layanan Agen BSI Smart sederhana dalam pengoperasiannya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	1	.3	.3	.3
Tidak Setuju	9	2.3	2.3	2.5
Kurang Setuju	74	18.5	18.5	21.0
Setuju	185	46.3	46.3	67.3
Sangat Setuju	131	32.8	32.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Saya dapat dengan cepat memahami alur transaksi yang dilakukan melalui Agen BSI Smart

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	6	1.5	1.5	1.5
Tidak Setuju	15	3.8	3.8	5.3
Kurang Setuju	65	16.3	16.3	21.5
Setuju	176	44.0	44.0	65.5
Sangat Setuju	138	34.5	34.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Layanan Agen BSI Smart dapat digunakan kapan saja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	10	2.5	2.5	2.5
Tidak Setuju	19	4.8	4.8	7.3
Kurang Setuju	63	15.8	15.8	23.0
Setuju	176	44.0	44.0	67.0
Sangat Setuju	132	33.0	33.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Saya dapat menentukan waktu transaksi di Agen BSI Smart sesuai dengan kebutuhan saya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	8	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	16	4.0	4.0	6.0
Kurang Setuju	43	10.8	10.8	16.8
Setuju	198	49.5	49.5	66.3
Sangat Setuju	135	33.8	33.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

2. Tanggapan Jawaban Responden Variabel Manfaat

Layanan Agen BSI Smart membantu saya menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	4	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	5	1.3	1.3	2.3
Kurang Setuju	24	6.0	6.0	8.3
Setuju	222	55.5	55.5	63.8
Sangat Setuju	145	36.3	36.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Dengan adanya Agen BSI Smart, proses transaksi menjadi lebih lancar dan terarah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	3	.8	.8	.8
Tidak Setuju	8	2.0	2.0	2.8
Kurang Setuju	25	6.3	6.3	9.0
Setuju	222	55.5	55.5	64.5
Sangat Setuju	142	35.5	35.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Penggunaan Agen BSI Smart membuat aktivitas transaksi saya menjadi lebih efisien

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	5	1.3	1.3	1.3
Tidak Setuju	4	1.0	1.0	2.3
Kurang Setuju	49	12.3	12.3	14.5
Setuju	219	54.8	54.8	69.3
Sangat Setuju	123	30.8	30.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Layanan Agen BSI Smart membantu saya melakukan lebih banyak transaksi dalam waktu yang sama

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	11	2.8	2.8	2.8
Tidak Setuju	25	6.3	6.3	9.0
Kurang Setuju	80	20.0	20.0	29.0
Setuju	166	41.5	41.5	70.5
Sangat Setuju	118	29.5	29.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Penggunaan layanan ini dapat mengurangi kesalahan dalam melakukan transaksi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	11	2.8	2.8	2.8
Tidak Setuju	22	5.5	5.5	8.3
Kurang Setuju	74	18.5	18.5	26.8
Setuju	190	47.5	47.5	74.3
Sangat Setuju	103	25.8	25.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Layanan Agen BSI Smart membantu saya mencapai tujuan transaksi dengan lebih tepat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	3	.8	.8	.8
Tidak Setuju	10	2.5	2.5	3.3
Kurang Setuju	38	9.5	9.5	12.8
Setuju	212	53.0	53.0	65.8
Sangat Setuju	137	34.3	34.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Layanan Agen BSI Smart memberikan manfaat yang nyata dalam kebutuhan transaksi saya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	4	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	4	1.0	1.0	2.0
Kurang Setuju	36	9.0	9.0	11.0
Setuju	214	53.5	53.5	64.5
Sangat Setuju	142	35.5	35.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Saya merasakan dampak positif dari penggunaan layanan Agen BSI Smart dalam aktivitas sehari-hari

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	11	2.8	2.8	2.8
Tidak Setuju	10	2.5	2.5	5.3
Kurang Setuju	46	11.5	11.5	16.8
Setuju	190	47.5	47.5	64.3
Sangat Setuju	143	35.8	35.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

3. Tanggapan Jawaban Responden Variabel Kepuasan

Saya merasa puas setelah menggunakan layanan Agen BSI Smart

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	4	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	4	1.0	1.0	2.0
Kurang Setuju	31	7.8	7.8	9.8
Setuju	239	59.8	59.8	69.5
Sangat Setuju	122	30.5	30.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Saya merasa nyaman saat melakukan transaksi melalui Agen BSI Smart

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	4	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	5	1.3	1.3	2.3
Kurang Setuju	27	6.8	6.8	9.0
Setuju	222	55.5	55.5	64.5
Sangat Setuju	142	35.5	35.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Pengalaman yang saya peroleh saat menggunakan Agen BSI Smart sesuai dengan ekspektasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	3	.8	.8	.8
Tidak Setuju	7	1.8	1.8	2.5
Kurang Setuju	55	13.8	13.8	16.3
Setuju	197	49.3	49.3	65.5
Sangat Setuju	138	34.5	34.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Kualitas layanan yang diberikan oleh agen sesuai dengan yang saya harapkan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	7	1.8	1.8	1.8
Tidak Setuju	5	1.3	1.3	3.0
Kurang Setuju	30	7.5	7.5	10.5
Setuju	211	52.8	52.8	63.3
Sangat Setuju	147	36.8	36.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Saya akan menyarankan keluarga atau teman untuk menggunakan layanan Agen BSI Smart.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	9	2.3	2.3	2.3
Tidak Setuju	9	2.3	2.3	4.5
Kurang Setuju	66	16.5	16.5	21.0
Setuju	196	49.0	49.0	70.0
Sangat Setuju	120	30.0	30.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Saya bersedia merekomendasikan layanan Agen BSI Smart kepada banyak orang lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	13	3.3	3.3	3.3
Tidak Setuju	9	2.3	2.3	5.5
Kurang Setuju	58	14.5	14.5	20.0
Setuju	188	47.0	47.0	67.0
Sangat Setuju	132	33.0	33.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Saya cenderung terus memanfaatkan layanan Agen BSI Smart untuk kebutuhan transaksi sehari-hari

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	4	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	15	3.8	3.8	4.8
Kurang Setuju	57	14.3	14.3	19.0
Setuju	200	50.0	50.0	69.0
Sangat Setuju	124	31.0	31.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Saya tetap memilih menggunakan Agen BSI Smart selama layanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	4	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	12	3.0	3.0	4.0
Kurang Setuju	52	13.0	13.0	17.0
Setuju	189	47.3	47.3	64.3
Sangat Setuju	143	35.8	35.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

4. Tanggapan Jawaban Responden Variabel Minat Menggunakan

Saya berminat menggunakan layanan Agen BSI Smart untuk bertransaksi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	5	1.3	1.3	1.3
Tidak Setuju	2	.5	.5	1.8
Kurang Setuju	36	9.0	9.0	10.8
Setuju	227	56.8	56.8	67.5
Sangat Setuju	130	32.5	32.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Saya memiliki keinginan untuk menggunakan layanan Agen BSI Smart dalam waktu dekat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	5	1.3	1.3	1.3
Tidak Setuju	11	2.8	2.8	4.0
Kurang Setuju	54	13.5	13.5	17.5
Setuju	200	50.0	50.0	67.5
Sangat Setuju	130	32.5	32.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Saya bersedia menyarankan orang lain untuk memanfaatkan layanan Agen BSI Smart

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	5	1.3	1.3	1.3
Tidak Setuju	10	2.5	2.5	3.8
Kurang Setuju	74	18.5	18.5	22.3
Setuju	186	46.5	46.5	68.8
Sangat Setuju	125	31.3	31.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Saya akan memberikan informasi positif tentang Agen BSI Smart kepada keluarga atau teman

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	7	1.8	1.8	1.8
Tidak Setuju	4	1.0	1.0	2.8
Kurang Setuju	41	10.3	10.3	13.0
Setuju	204	51.0	51.0	64.0
Sangat Setuju	144	36.0	36.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Saya tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut tentang layanan Agen BSI Smart

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	1	.3	.3	.3
Tidak Setuju	13	3.3	3.3	3.5
Kurang Setuju	69	17.3	17.3	20.8
Setuju	195	48.8	48.8	69.5
Sangat Setuju	122	30.5	30.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Saya ingin mengetahui lebih banyak fitur dan manfaat dari layanan Agen BSI Smart

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	5	1.3	1.3	1.3
Tidak Setuju	18	4.5	4.5	5.8
Kurang Setuju	68	17.0	17.0	22.8
Setuju	191	47.8	47.8	70.5
Sangat Setuju	118	29.5	29.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Saya lebih memilih layanan Agen BSI Smart dibandingkan layanan sejenis lainnya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	17	4.3	4.3	4.3
Tidak Setuju	29	7.3	7.3	11.5
Kurang Setuju	80	20.0	20.0	31.5
Setuju	176	44.0	44.0	75.5
Sangat Setuju	98	24.5	24.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Layanan Agen BSI Smart menjadi pilihan utama saya dalam melakukan transaksi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	18	4.5	4.5	4.5
Tidak Setuju	29	7.3	7.3	11.8
Kurang Setuju	77	19.3	19.3	31.0
Setuju	150	37.5	37.5	68.5
Sangat Setuju	126	31.5	31.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Lampiran 5 Hasil Uji validitas

1. Hasil Uji validitas Kemudahan (X1)

Correlations									
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
X1.1 Pearson Correlation	1	.184**	.246**	.308**	.222**	.237**	.255**	.235**	.575**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X1.2 Pearson Correlation	.184**	1	.112*	.206**	.140**	.157**	.094	.133**	.410**
Sig. (2-tailed)	.000		.026	.000	.005	.002	.060	.008	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X1.3 Pearson Correlation	.246**	.112*	1	.205**	.195**	.280**	.209**	.133**	.512**
Sig. (2-tailed)	.000	.026		.000	.000	.000	.000	.008	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X1.4 Pearson Correlation	.308**	.206**	.205**	1	.213**	.254**	.269**	.322**	.598**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X1.5 Pearson Correlation	.222**	.140**	.195**	.213**	1	.282**	.331**	.295**	.586**
Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X1.6 Pearson Correlation	.237**	.157**	.280**	.254**	.282**	1	.299**	.280**	.626**
Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X1.7 Pearson Correlation	.255**	.094	.209**	.269**	.331**	.299**	1	.322**	.638**
Sig. (2-tailed)	.000	.060	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X1.8 Pearson Correlation	.235**	.133**	.133**	.322**	.295**	.280**	.322**	1	.612**
Sig. (2-tailed)	.000	.008	.008	.000	.000	.000	.000		.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
TOTAL Pearson Correlation	.575**	.410**	.512**	.598**	.586**	.626**	.638**	.612**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400

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

2. Hasil Uji validitas Manfaat (X2)

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL
X2.1 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 .000 400	.356** .000 400	.293** .000 400	.229** .000 400	.231** .000 400	.222** .000 400	.343** .000 400	.342** .000 400	.608** .000 400
X2.2 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.356** .000 400	1 .000 400	.243** .000 400	.206** .000 400	.236** .000 400	.331** .000 400	.265** .000 400	.338** .000 400	.601** .000 400
X2.3 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.293** .000 400	.243** .000 400	1 .000 400	.221** .000 400	.109* .029 400	.220** .000 400	.283** .000 400	.319** .000 400	.547** .000 400
X2.4 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.229** .000 400	.206** .000 400	.221** .000 400	1 .000 400	.349** .000 400	.230** .000 400	.214** .000 400	.286** .000 400	.616** .000 400
X2.5 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.231** .000 400	.236** .000 400	.109* .029 400	.349** .000 400	1 .000 400	.326** .000 400	.216** .000 400	.180** .000 400	.587** .000 400
X2.6 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.222** .000 400	.331** .000 400	.220** .000 400	.230** .000 400	.326** .000 400	1 .000 400	.227** .000 400	.251** .000 400	.580** .000 400
X2.7 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.343** .000 400	.265** .000 400	.283** .000 400	.214** .000 400	.216** .000 400	.227** .000 400	1 .000 400	.285** .000 400	.573** .000 400
X2.8 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.342** .000 400	.338** .000 400	.319** .000 400	.286** .000 400	.180** .000 400	.251** .000 400	.285** .000 400	1 .000 400	.640** .000 400
TOTAL Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.608** .000 400	.601** .000 400	.547** .000 400	.616** .000 400	.587** .000 400	.580** .000 400	.573** .000 400	.640** .000 400	1 400

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

3. Hasil Uji validitas Kepuasan (X3)

Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	TOTAL
X3.1 Pearson Correlation	1	.407**	.342**	.375**	.317**	.292**	.302**	.316**	.643**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X3.2 Pearson Correlation	.407**	1	.340**	.343**	.298**	.239**	.216**	.295**	.601**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X3.3 Pearson Correlation	.342**	.340**	1	.412**	.222**	.211**	.297**	.211**	.590**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X3.4 Pearson Correlation	.375**	.343**	.412**	1	.303**	.332**	.227**	.294**	.644**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X3.5 Pearson Correlation	.317**	.298**	.222**	.303**	1	.527**	.244**	.296**	.654**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X3.6 Pearson Correlation	.292**	.239**	.211**	.332**	.527**	1	.296**	.324**	.666**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X3.7 Pearson Correlation	.302**	.216**	.297**	.227**	.244**	.296**	1	.426**	.604**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X3.8 Pearson Correlation	.316**	.295**	.211**	.294**	.296**	.324**	.426**	1	.633**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
TOTAL Pearson Correlation	.643**	.601**	.590**	.644**	.654**	.666**	.604**	.633**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400

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

4. Hasil Uji validitas Minat Menggunakan (Y)

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	TOTAL
Y.1 Pearson Correlation	1	.407**	.307**	.212**	.174**	.274**	.271**	.238**	.537**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y.2 Pearson Correlation	.407**	1	.302**	.261**	.184**	.329**	.215**	.245**	.560**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y.3 Pearson Correlation	.307**	.302**	1	.432**	.319**	.307**	.370**	.376**	.665**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y.4 Pearson Correlation	.212**	.261**	.432**	1	.338**	.302**	.287**	.284**	.596**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y.5 Pearson Correlation	.174**	.184**	.319**	.338**	1	.301**	.228**	.273**	.538**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y.6 Pearson Correlation	.274**	.329**	.307**	.302**	.301**	1	.470**	.489**	.693**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y.7 Pearson Correlation	.271**	.215**	.370**	.287**	.228**	.470**	1	.640**	.724**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y.8 Pearson Correlation	.238**	.245**	.376**	.284**	.273**	.489**	.640**	1	.741**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
TOTAL Pearson Correlation	.537**	.560**	.665**	.596**	.538**	.693**	.724**	.741**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400

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

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas

1. Hasil Uji Reliabilitas Kemudahan (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	400	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	400	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.707	.704	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4.08	.764	400
X1.2	4.30	.692	400
X1.3	4.15	.778	400
X1.4	4.18	.771	400
X1.5	4.09	.786	400
X1.6	4.06	.889	400
X1.7	4.00	.951	400
X1.8	4.09	.883	400

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.119	4.003	4.295	.292	1.073	.008	8
Item Variances	.669	.479	.905	.426	1.888	.020	8
Inter-Item Covariances	.155	.060	.270	.210	4.495	.003	8
Inter-Item Correlations	.229	.094	.331	.237	3.524	.004	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	28.87	11.335	.413	.180	.676
X1.2	28.66	12.397	.239	.072	.708
X1.3	28.80	11.661	.334	.133	.692
X1.4	28.77	11.180	.440	.208	.670

X1.5	28.86	11.208	.421	.190	.674
X1.6	28.89	10.661	.446	.205	.667
X1.7	28.95	10.396	.447	.222	.667
X1.8	28.86	10.772	.430	.212	.671

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
32.95	14.043	3.747	8

2. Hasil Uji Reliabilitas Manfaat (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	400	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	400	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.733	.740	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	4.2475	.70887	400
X2.2	4.2300	.71651	400
X2.3	4.1275	.75343	400
X2.4	3.8875	.99111	400
X2.5	3.8800	.94755	400
X2.6	4.1750	.75882	400
X2.7	4.2150	.72808	400
X2.8	4.1100	.89996	400

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.109	3.880	4.248	.367	1.095	.022	8
Item Variances	.672	.503	.982	.480	1.955	.037	8
Inter-Item Covariances	.172	.078	.327	.249	4.197	.002	8
Inter-Item Correlations	.263	.109	.356	.247	3.262	.004	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	28.6250	12.165	.473	.253	.699
X2.2	28.6425	12.180	.462	.242	.701
X2.3	28.7450	12.381	.388	.185	.713
X2.4	28.9850	11.258	.416	.197	.711
X2.5	28.9925	11.591	.390	.209	.716
X2.6	28.6975	12.171	.426	.206	.706
X2.7	28.6575	12.301	.425	.199	.707
X2.8	28.7625	11.354	.468	.246	.697

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
32.8725	15.004	3.87347	8

3. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	400	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	400	100.0

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

Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.781	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X3.1	4.18	.694	400
X3.2	4.23	.714	400
X3.3	4.15	.774	400
X3.4	4.22	.778	400
X3.5	4.02	.871	400
X3.6	4.04	.926	400
X3.7	4.06	.831	400
X3.8	4.14	.825	400

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.130	4.023	4.233	.210	1.052	.006	8
Item Variances	.648	.482	.858	.376	1.779	.016	8
Inter-Item Covariances	.199	.128	.425	.297	3.314	.003	8
Inter-Item Correlations	.311	.211	.527	.316	2.497	.005	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	28.86	13.222	.524	.295	.752
X3.2	28.81	13.389	.469	.260	.759
X3.3	28.89	13.256	.443	.260	.763
X3.4	28.83	12.902	.509	.296	.753
X3.5	29.02	12.498	.502	.331	.754
X3.6	29.00	12.218	.506	.341	.754
X3.7	28.98	12.984	.447	.255	.763
X3.8	28.90	12.810	.484	.276	.757

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
33.04	16.349	4.043	8

4. Hasil Uji Reliabilitas Minat Menggunakan (Y)**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	400	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	400	100.0

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

Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.789	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y.1	4.19	.717	400
Y.2	4.10	.821	400
Y.3	4.04	.843	400
Y.4	4.19	.792	400
Y.5	4.06	.792	400
Y.6	4.00	.871	400
Y.7	3.77	1.034	400
Y.8	3.84	1.087	400

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.023	3.773	4.188	.415	1.110	.022	8
Item Variances	.770	.514	1.181	.667	2.299	.054	8
Inter-Item Covariances	.245	.099	.718	.619	7.257	.015	8
Inter-Item Correlations	.316	.174	.640	.465	3.670	.010	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	27.99	16.977	.407	.225	.779
Y.2	28.08	16.469	.413	.244	.778
Y.3	28.14	15.606	.537	.318	.759
Y.4	28.00	16.308	.462	.261	.771
Y.5	28.12	16.719	.393	.187	.780
Y.6	28.19	15.264	.568	.348	.754
Y.7	28.41	14.288	.581	.461	.751
Y.8	28.34	13.894	.595	.473	.748

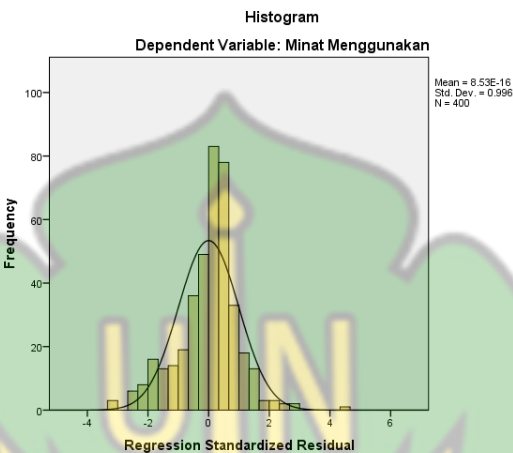
Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
32.18	19.894	4.460	8

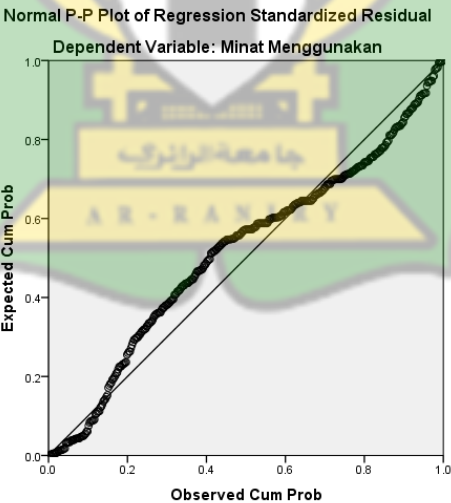
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Grafik Histogram & Grafik P-Plot

Grafik Histogram



Grafik P-Plot



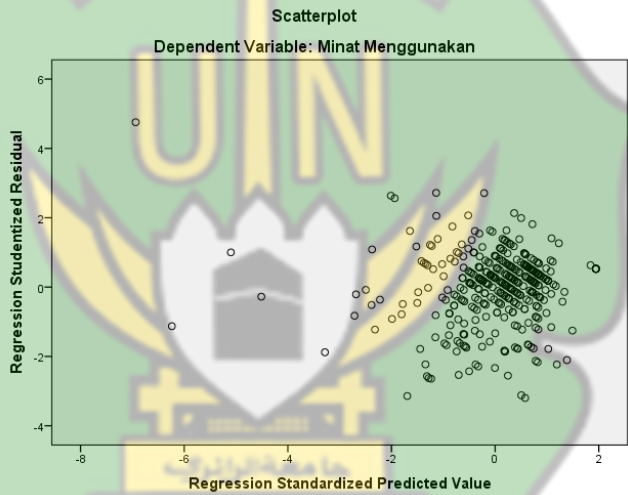
2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kemudahan	.503	1.989
Manfaat	.456	2.194
Kepuasan	.539	1.856

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.084	1.544		1.997	.046
Kemudahan	.121	.059	.102	2.049	.041
Manfaat	.163	.060	.141	2.703	.007
Kepuasan	.598	.053	.542	11.285	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

1. Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients^a

Model	t	Sig.
1 (Constant)	1.997	.046
Kemudahan	2.049	.041
Manfaat	2.703	.007
Kepuasan	11.285	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

2. Hasil Uji Simultan (Uji-f)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4029.683	3	1343.228	136.110	.000 ^b
Residual	3907.994	396	9.869		
Total	7937.677	399			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kemudahan, Manfaat

3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.713 ^a	.508	.504	3.141

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kemudahan, Manfaat

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Lampiran 9 t tabel dan r tabel

DF atau DK	Tabel Distribusi Student t						Tabel Uji Korelasi Pearson Product Moment					
	uji satu sisi (one tailed)						uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)						Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
364	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,589	0,035	0,067	0,086	0,103	0,122	0,134
365	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589	0,035	0,067	0,086	0,102	0,121	0,134
366	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589	0,035	0,067	0,086	0,102	0,121	0,134
367	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589	0,035	0,067	0,086	0,102	0,121	0,134
368	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589	0,035	0,067	0,086	0,102	0,121	0,134
369	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,067	0,086	0,102	0,121	0,134
370	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,067	0,085	0,102	0,121	0,133
371	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,067	0,085	0,102	0,120	0,133
372	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,120	0,133
373	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,120	0,133
374	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,120	0,133
375	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,120	0,133
376	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,120	0,132
377	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,119	0,132
378	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,119	0,132
379	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,084	0,100	0,119	0,132
380	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,084	0,100	0,119	0,132
381	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,084	0,100	0,119	0,131
382	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,084	0,100	0,119	0,131
383	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,084	0,100	0,119	0,131
384	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,084	0,100	0,118	0,131
385	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,084	0,100	0,118	0,131
386	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,084	0,100	0,118	0,131
387	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,084	0,099	0,118	0,130
388	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,083	0,099	0,118	0,130
389	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,083	0,099	0,118	0,130
390	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,065	0,083	0,099	0,117	0,130
391	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,065	0,083	0,099	0,117	0,130
392	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,065	0,083	0,099	0,117	0,130
393	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,065	0,083	0,099	0,117	0,129
394	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,065	0,083	0,099	0,117	0,129
395	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,083	0,098	0,117	0,129
396	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,083	0,098	0,117	0,129
397	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,098	0,116	0,129
398	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,098	0,116	0,129
399	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,098	0,116	0,128
400	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,098	0,116	0,128
401	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,098	0,116	0,128
402	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,098	0,116	0,128
403	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,097	0,116	0,128
404	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,097	0,115	0,128
405	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,097	0,115	0,128
406	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,033	0,064	0,082	0,097	0,115	0,127
407	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,033	0,063	0,081	0,097	0,115	0,127
408	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,033	0,063	0,081	0,097	0,115	0,127
409	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588	0,033	0,063	0,081	0,097	0,115	0,127
410	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588	0,033	0,063	0,081	0,097	0,115	0,127
411	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588	0,033	0,063	0,081	0,097	0,114	0,127
412	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588	0,033	0,063	0,081	0,096	0,114	0,126
413	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588	0,033	0,063	0,081	0,096	0,114	0,126
414	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588	0,033	0,063	0,081	0,096	0,114	0,126
415	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588	0,033	0,063	0,081	0,096	0,114	0,126

Lampiran 10 F tabel

Titik Presentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05					
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)				
	1	2	3	4	5
380	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
381	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
382	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
383	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
384	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
385	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
386	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
387	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
388	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
389	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
390	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
391	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
392	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
393	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
394	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
395	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
396	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
397	3.86	3.02	2.63	2.39	2.24
398	3.86	3.02	2.63	2.39	2.24
399	3.86	3.02	2.63	2.39	2.24
400	3.86	3.02	2.63	2.39	2.24

Lampiran 11 Dokumentasi



Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Vinatul Muna
NIM : 220603069
Tempat/ Tgl. Lahir : Aceh Besar, 04 April 2004
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Lampoh Keude
Email : vinatulmuna@gmail.com

Riwayat Pendidikan

SD : SD Swasta Abulyatama
SMP : SMP Negeri 4 Banda Aceh
SMA : SMA Negeri 2 Banda Aceh
Perguruan Tinggi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Data Orang Tua

Nama Ayah : Ibrahim
Pekerjaan : Buruh Harian Lepas
Nama Ibu : Nurbaiti
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat Orang tua : Lampoh Keude