

SKRIPSI

**PENGARUH KEMUDAHAN, EFISIENSI WAKTU DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP PENGGUNAAN *MOBILE*
BANKING BANK SYARIAH
(STUDI PADA PEDAGANG PAKAIAN *ONLINE SHOP* DI
BANDA ACEH)**



Diajukan Oleh:

**Sifatul Ulya
NIM. 180603114**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M/1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Sifatul Ulya
NIM : 180603114
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap makalah 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 bertanggung jawab atas karya ini.***

Bila kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karyanya, 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, 19 Juli 2022
Yang Menyatakan,



Sifatul Ulya

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Kemudahan, Efisiensi Waktu Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah (Studi Pada Pedagang Pakaian Olshop Di Banda Aceh

Disusun Oleh:

Sifatul Ulya
NIM. 180603114

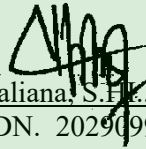
Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



Farid Fahony Ashal, Lc., M.A.
NIP. 198604272014031002

Pembimbing II,



Isnaliana, S.Pd., M.A.
NIDN. 2029099003

AR-RANIRY

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah,



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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Kemudahan, Efisiensi Waktu dan Kepercayaan Terhadap
Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah (Studi pada Pedagang
Pakaian Online shop Di Banda Aceh)**

Sifatul Ulya
NIM. 180603114

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

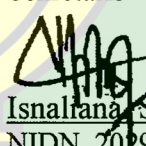
Pada Hari/Tanggal: Selasa, 19 Juli 2022 M
20 Dzulhijjah 1443 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua


Farid Fathony Ashal, Lc., M.A.
NIP. 198604272014031002

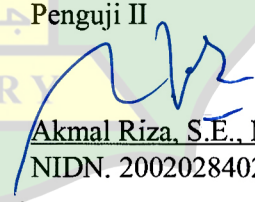
Sekretaris


Isnalfana S.H., MA
NIDN. 2029099003

Penguji I


Dr. Zainuddin, S.E., M.Si
NIDN. 01081077105

Penguji II


Akmal Riza, S.E., M. Si.
NIDN. 2002028402

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


Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 196403141992031003



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 : Sifatul Ulya
NIM : 180603114
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : sifatululya15@gmail.com

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

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi

PENGARUH KEMUDAHAN, EFISIENSI WAKTU DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* BANK SYARIAH (STUDI PADA PEDAGANG PAKAIAN *ONLINE SHOP* DI BANDA ACEH)

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

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

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

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 19 Juli 2022

Mengetahui,

Penulis

Sifatul Ulya
NIM.1806003114

Pembimbing I

Farid Athony Ashal, Lc., M.A.
NIP.198208042014032002

Pembimbing II

Isnaliana, S.HI.,MA.
NIDN.20290999003

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil ‘alamin, segala puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga pada kesempatan ini penulis telat daapt menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kemudahan, Efisiensi Waktu dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah pada Pedagang Pakaian *Online shop* di Banda Aceh”**

Shalawat beriringkan salam kita sanjung sajikan kepangkuan Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliah ke zaman yang penuh denga ilmu pengetahuan, dari alam gelap gulita ke alam yang terang benderang seperti yang kita rasakan pada saat ini. Skripsi ini merupakan salah satu syarat menyelesaikan Sarjana (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti banyak menerima saran petunjuk, bimbingan, dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak, khususnya kepada :

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag, selaku ketuaan program Studi Perbankan Syariah. Ayumiati, SE., MSi sebagai sekretaris jurusan

Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3. Muhammad Arifin M.Ag, Ph.D, selaku ketua lab Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini.
4. Farid Fathony Ashal, Lc., M.A sebagai pembimbing I dan Isnaliana, S.HI., MA. Selaku dosen pembimbing II dan dosen pembimbing akademik yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, mengarahkan dan memberi saran juga solusi kepada peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Dr. Zainuddin, S.E., M.Si selaku penguji I dan Akmal Riza, S.E., M.Si selaku penguji II, yang telah meluangkan waktunya pada saat peneliti sidang dan juga telah mengarahkan peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Responden Pedagang Pakaian *olshop* Banda Aceh yang sudah meluangkan waktu dan membantu mengisi kuisioner peneliti dalam memudahkan proses penelitian dan pemberian data.
7. Penghargaan paling spesial peneliti persembahkan kepada orang tua tercinta Ibunda Dra. Muslina, Ayahanda Ir. Azharuddin, Adik Fauzul Iman, Atha Syakirah dan Raisul Akram serta Abadian Syakur dan juga saudara-saudara yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan masukan kepada penulis untuk menyelesaikan studi ini.
8. Teruntuk sahabat-sahabat terbaik saya Ipeh, Riska, Nurul, Agnes, Risma dan Yudid yang telah menemani indahnyanya perjuangan meraih

sarjana selama 4 tahun ini dengan keadaan senang dalam menyelesaikan skripsi ini. Juga untuk sahabat magang BAS saya (Niya dan Puteri) yang telah memberikan semangat dan dukungan selama peneliti menyelesaikan skripsi ini. Teruntuk Abadian Syakur, S. Sos. partner yang telah membantu dan kebersamai peneliti, dan juga yang selalu memberikan semangat tanpa padam untuk peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan juga teruntuk diri sendiri, Sifatul Ulya yang telah kuat dan tidak pernah menyerah dalam proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 19 Juli 2022
Penulis,

Sifatul Ulya

AR-RANIRY

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

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

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	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 dan ya</i>	Ai
◌ِو	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

kaifa : كيف

hauula : هؤل

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
آي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
ي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يْ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ

ramā : رَمَى

qīla : قِيلَ

yaqūlu : يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah (ة) hidup

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

b. Ta marbutah (ة) mati

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

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

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

Contoh:

raudah al-atfāl/ raudatul atfāl : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

al-Madīnah al-Munawwarah/ : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

al-Madīnatul Munawwarah

Ṭalḥah : طَلْحَة

Catatan:

Modifikasi

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

ABSTRAK

Nama : Sifatul Ulya
NIM : 180603114
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kemudahan, Efisiensi Waktu dan Kepercayaan Terhadap penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah pada Pedagang Pakaian *online shop* di Banda Aceh.
Tanggal Sidang : 19 Juli 2022 M/ 20 Dzulhijjah 1443 H
Pembimbing I : Farid Fathony Ashal, Lc., M.A.
Pembimbing II : Isnaliana, S.HI., MA

Mobile banking saat ini terus mengalami peningkatan jumlah penggunaannya, terutama pada pedagang *olshop*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, efisiensi waktu dan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking* bank syariah pada pedagang pakaian *olshop* di Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan memakai pendekatan asosiatif deskriptif yang disebarkan melalui kuisioner pada 100 responden pedagang pakaian *olshop* di Banda Aceh dan diolah menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara simultan maupun parsial kemudahan, efisiensi waktu dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* bank syariah.

Kata kunci : Kepercayaan, Kemudahan, Efisiensi Waktu dan Penggunaan Mobile Banking.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Hasil Penelitian	11
1.5. Sistematika Penulisan	12
 BAB II LANDASAN TEORI	 14
2.1 Bank Syari'ah.....	14
2.2 <i>Mobile Banking</i>	15
2.2.1. Pengertian <i>Mobile Banking</i>	15
2.2.2. Manfaat <i>Mobile Banking</i>	18
2.3 Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Bank Syari'ah.....	19
2.3.1. Indikator Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	20
2.4 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	21
2.5 Kemudahan Penggunaan.....	22
2.5.1. Pengertian Kemudahan	22

2.5.2. Indikator Kemudahan Penggunaan	23
2.6 Efisiensi Waktu	24
2.6.1. Pengertian Efisiensi Waktu	24
2.6.2. Indikator Efisiensi Waktu.....	25
2.7 Kepercayaan.....	25
2.7.1. Pengertian Kepercayaan.....	25
2.7.2. Manfaat dan Indikator Kepercayaan	27
2.8 Penelitian Terkait	28
2.9 Hubungan Antar Variabel	33
2.9.1. Hubungan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking	33
2.9.2. Hubungan Efisiensi Waktu Terhadap Penggunaan Mobile Banking.....	34
2.9.3. Hubungan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking.....	35
2.10 Kerangka Berpikir.....	35
2.11 Hipotesis Penelitian.....	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 38

3.1 Jenis Penelitian dan Pendekatan	38
3.2 Sumber Data.....	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4 Populasi dan sampel.....	40
3.4.1. Populasi	40
3.4.2. Sampel.....	40
3.5 Skala Pengukuran.....	42
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.6.1. Variabel Bebas (Independen).....	43
3.6.2. Variabel Terikat (Dependen).....	43
3.7 Instrumen Penelitian	45
3.7.1. Uji Validitas	45
3.7.2. Uji Reabilitas.....	45
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	46

3.8.1. Uji Normalitas	46
3.8.2. Uji Heteroskedastisitas	47
3.8.3. Uji Multikolinieritas	47
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
3.10 Pengujian Hipotesis.....	49
3.10.1. Uji Parsial (Uji-t).....	49
3.10.2. Uji Simultan (Uji-F).....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Umum <i>Online Shop</i>	51
4.2 Karakteristik Responden	51
4.3 Hasil Penelitian	55
4.3.1. Analisis Deskriptif.....	55
4.3.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	58
4.3.3. Uji Asumsi Klasik	63
4.3.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
4.3.5. Pengujian Hipotesis.....	67
4.4 Pembahasan.....	71
BAB V PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Peningkatan Transaksi Digita.....	14
Tabel 2.1	Penelitian Terkait	31
Tabel 3.1	Skala Pengukuran	42
Tabel 3.2	Operasinalisasi Variabel.....	43
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Umur.....	53
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jangka Waktu	54
Tabel 4.4	Pembagian Alamat Olshop.....	55
Tabel 4.5	Analisis Deskriptif.....	56
Tabel 4.6	Uji Validitas Pada Variabel Kemudahan.....	58
Tabel 4.7	Uji Validitas Pada Variabel Efisiensi Waktu	59
Tabel 4.8	Uji Validitas Pada Variabel Kepercayaan	60
Tabel 4.9	Penggunaan Mobile Banking	61
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.11	Uji Normalitas	63
Tabel 4.12	Uji Heterokedaastisitas.....	64
Tabel 4.13	Uji Multikolinieritas	65
Tabel 4.14	Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
Tabel 4.15	Uji T	68
Tabel 4.16	Uji F.....	69
Tabel 4.17	Koefisien Determinasi.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Skema Kerangka Berpikir	36
------------	-------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisoner.....	83
Lampiran 2	Tabulasi Data.....	89
Lampiran 3	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	102
Lampiran 4	Uji Asumsi Klasik.....	113
Lampiran 5	Uji Regresi Linear Berganda	115
Lampiran 6	R tabel.....	116
Lampiran 7	T Tabel.....	117
Lampiran 8	F Tabel.....	118
Lampiran 9	Riwayat Hidup.....	119



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi dan internet menyebabkan mulai munculnya aplikasi bisnis yang berbasis internet termasuk dunia perbankan. Perbankan di Indonesia berlomba-lomba dalam kemajuan dibidang teknologi, salah satu aplikasi yang digunakan untuk melakukan transaksi perbankan adalah *internet banking*. Perkembangan yang begitu cepat membuat segala hal dapat dikerjakan dengan mudah dan efisien. Dengan adanya internet segala bentuk informasi serta komunikasi bisa dijangkau tanpa batas ruang dan waktu melalui perangkat elektronik yang bisa dihubungkan. Kehadiran internet dapat memberikan banyak manfaat serta kemudahan hampir dalam segala bidang, salah satunya bidang teknologi. Kemajuan dibidang teknologi ini akan mempermudah nasabah untuk bertransaksi dimanapun mereka berada tanpa perlu mengantri panjang untuk melakukan transaksi dengan kecanggihan teknologi yang ada saat ini yaitu dengan bertransaksi melalui *internet banking* atau lebih dikenal dengan *E-Banking* (Vebrika, 2007).

Penggunaan teknologi informasi pada industri perbankan lebih fokus pada sistem layanan, hal ini dikarenakan bank salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa, yang mana kepuasan konsumen sangat ditentukan oleh kualitas layanan. Selain pelayanan yang baik, fasilitas-fasilitas penunjang yang dapat mempermudah

transaksi juga mempengaruhi penilaian nasabah terhadap suatu produk perbankan. Salah satu layanan yang disediakan oleh bank untuk memenuhi kebutuhan tersebut adalah *elektronik banking*. *Elektronik banking (e-banking)* merupakan suatu aktivitas layanan perbankan yang menggabungkan antara sistem informasi dan teknologi. Fungsi penggunaannya mirip dengan mesin *Automatic Teller Machine (ATM)* dimana sarananya saja yang berbeda, seorang nasabah dapat melakukan aktivitas pengecekan saldo rekening, transfer dana antar rekening atau antar bank, hingga pembayaran tagihan-tagihan rutin bulanan seperti : listrik, telepon, pembelian voucher HP, asuransi dan sebagainya (Utami, 2008).

Salah satu teknologi yang digunakan dalam perbankan modern yaitu *Self Service Technology (SST)*. Menurut Fatimah & Sugiyanto (2016) *Self Service Technology (SST)* suatu teknologi yang memungkinkan nasabah untuk menghasilkan layanan mereka sendiri yang di butuhkan tanpa bergantung pada karyawan. Bahwa *Self Service Technology (SST)* mengubah cara nasabah berinteraksi dengan perusahaan untuk menciptakan layanan yang diperlukan, seperti layanan perbankan berbasis *online*. Bentuk layanan berbasis *online* adalah ATM dan *electronic banking (e-banking)* (Hapsara, 2015) Bank Indonesia membagi layanan *e-banking* menjadi 4 kategori, yaitu *internet banking*, *mobile banking*, *phone banking* dan *SMS banking*.

Penggunaan *mobile banking* masih tergolong jarang dan sedikit digunakan untuk layanan keuangan oleh kalangan

masyarakat, padahal banyak yang sudah mempunyai aplikasi *mobile banking*. Persepsi nasabah dalam penggunaan *mobile banking* merupakan hal yang penting bagi pemasar perbankan dan tentunya pengguna juga perlu mengetahui apa saja manfaat dari penggunaan layanan ini. Dengan mengetahui apa saja manfaat yang diberikan oleh layanan ini maka tentunya akan semakin banyak pula pengguna layanan *mobile banking* tersebut.

Dengan pertumbuhan orang-orang yang menyukai *internet banking* dan teknologi serupa, bank diseluruh dunia memperkenalkan “*mobile banking*” yang merupakan saluran perbankan yang baru. *Mobile banking* telah diperkenalkan sebagai solusi untuk memfasilitasi dan membuat *micropayment* lebih mudah untuk nasabah dan pemegang rekening bank (Audi, et.al, 2016). *Mobile banking* salah satu layanan yang paling sering digunakan nasabah dalam melakukan transaksi dan memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi hanya melalui *smartphone*. Davis dalam Amijaya (2010) memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan *Elektronik banking* antara lain meliputi : (1) *Elektronik banking* sangat mudah dipelajari, (2) *Elektronik banking* mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna, (3) keterampilan pengguna bertambah dengan menggunakan *elektronik banking*.

Tabel 1.1
Peningkatan Transaksi Digital

Nama transaksi digital	2019	2020
<i>Branch Banking</i>	14,586	12,446
ATM	2,322	2,020
<i>Internet Banking</i>	10,701	11,308
<i>Mobile Banking</i>	2,089	2,693

Sumber: Katadata.co.id (2020)

Dari Tabel 1.1 dapat kita lihat bahwa penggunaan *mobile banking* terus meningkat dari tahun ke tahun. Dimulai dari tahun 2019 hingga ke tahun 2020. Bagi perbankan, pertumbuhan ini merupakan peluang besar yang harus dipantau dan dikelola dengan baik agar bisa terus menghasilkan layanan *mobile banking* yang diminati oleh masyarakat. Dengan banyaknya pengguna *mobile banking* yang termasuk bagian dari layanan keuangan digital, bank dapat menghemat biaya layanan perbankan dengan memberikan jasa dan layanan yang lebih murah. Maka dari itu, bank-bank diseluruh dunia termasuk di Indonesia berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan terbaiknya pada masing-masing sistem serta aplikasi *mobile banking* yang mereka miliki guna mencapai kemudahan, efisiensi waktu serta kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking* (Fahmi, 2021).

Mobile banking memiliki begitu banyak keunggulan dan manfaat yang secara keseluruhan membantu nasabah perbankan agar dapat melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja. Namun, sebagian besar nasabah perbankan masih belum menggunakan

layanan tersebut dan tidak sedikit dari mereka yang masih memilih menggunakan ATM atau datang langsung ke kantor-kantor cabang perbankan dari pada menggunakan aplikasi *mobile banking* dalam melakukan transaksi maupun hanya sekedar memperoleh informasi mengenai saldo perbankannya meskipun hal tersebut memakan lebih banyak waktu dan tenaga. Fakta tersebut berkaitan erat dengan tingkat penerimaan nasabah terhadap aplikasi *mobile banking*. Dalam *mobile banking* apabila jasa yang diberikan oleh pihak bank dianggap mudah sehingga nasabah akan terdorong untuk menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi (Dewi, 2017).

Dalam islam perilaku konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Konsumen muslim harus membatasi dirinya dengan hal- hal yang dilarang oleh Allah dengan tidak melakukan transaksi-transaksi haram, menggunakan barang haram, dan lain sebagainya supaya kehidupan selamat dunia akhirat (Riza et al, 2021)

Salah satu hal yang diperhatikan oleh nasabah pada saat menggunakan suatu layanan perbankan adalah daya guna. Seorang nasabah yang merasa yakin bahwa layanan aplikasi *mobile banking* berguna cenderung akan menerima dengan baik layanan *mobile banking* jika layanan tersebut dianggap mampu memenuhi kebutuhannya dan memberikan keuntungan dimasa mendatang. Selain persepsi kegunaan, faktor yang diduga tidak kalah pentingnya yaitu kemudahan penggunaan. Kemudahan penggunaan dianggap penting untuk diteliti sebab nasabah akan berniat untuk terus

menggunakan aplikasi *mobile banking* jika aplikasi tersebut mudah dipahami dan digunakan. Dengan adanya *mobile banking* memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi (Ramadhan, 2017). Menurut penelitian Risky (2018), kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* untuk kegiatan usahanya. Nasabah akan memilih menggunakan aplikasi *mobile banking* dari pada ATM apabila sistem pada layanan tersebut mudah digunakan dan cara penggunaannya mudah dimengerti.

Selain persepsi Kemudahan berikut persepsi yang juga perlu untuk diteliti yaitu persepsi efisiensi waktu. Manusia selalu berupaya untuk melakukan efisiensi dalam berbagai bidang kehidupan. Sehingga efisiensi sangat diperlukan dalam melakukan transaksi *mobile banking* (Hasibuan, 2005). Berdasarkan penelitian terdahulu terlihat bahwa penelitian mengenai minat nasabah dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking* yang dilakukan oleh Winata, et al (2018) menyatakan bahwa efisiensi memberi pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat dan bertransaksi menggunakan *BSI mobile banking*.

Selain persepsi kemudahan dan efisiensi waktu, terdapat satu faktor yang juga diduga menjadi pertimbangan nasabah dalam memanfaatkan layanan *mobile banking* dan dianggap penting untuk diteliti. Faktor tersebut merupakan kepercayaan, menurut Meiranto (2012) kepercayaan merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas, nasabah akan terus menggunakan aplikasi *mobile banking*

jika nasabah tersebut percaya terhadap layanan atau manfaat yang diberikan oleh *mobile banking* tersebut. kepercayaan yang dimaksud bahwa dana yang disimpan di bank dapat diambil pada waktu yang diinginkan dan sesuai dengan perjanjian, sehingga kemauan masyarakat untuk menyimpan dananya di bank dilandasi dengan asas kepercayaan. Hal ini menjadi sesuatu yang penting sebagai kunci utama diterimanya suatu produk jasa adalah kepercayaan pada saat menggunakan produk tersebut. Seorang nasabah yang merasa percaya menggunakan aplikasi *mobile banking* cenderung akan menggunakan layanan tersebut ketika akan bertransaksi. Rasa peduli perbankan dalam memberikan sebuah perhatian terhadap masyarakat akan menjadi faktor penilaian utama yang membentuk rasa kepercayaan nantinya. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Romadloniyah (2018), mengatakan bahwa penelitiannya pada variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking*.

Dengan semakin populer dan bertambahnya penggunaan internet tersebut di dunia generasi muda tak terkecuali pedagang *Online Shop (olshop)*. Pedagang *olshop* sangat dekat dengan persoalan akses informasi dan dunia internet, hal ini dikarenakan berhubungan dengan permintaan barang/jasa dari konsumen kepada penjual. Dalam berbelanja *online* seseorang dapat memperoleh barang yang diinginkan dengan mudah dan sederhana, karena pedagang tidak harus datang ke toko dimana produk yang dia inginkan dijual. Pembeli hanya perlu mengakses internet kemudian

memilih *website* dari toko *online* yang menjual produk yang diinginkan. Setelah memilih barang yang diinginkan sesuai dengan spesifikasinya, selanjutnya pembeli membayarnya dengan kartu kredit atau transfer melalui *mobile banking*. Lalu pembeli tinggal menunggu sampai barang yang dipesannya tersebut sampai. Pembelian *online* ini sebenarnya telah terjadi puluhan tahun yang lalu. Hanya saja saat itu media yang digunakan bukan layanan internet tetapi menggunakan televisi atau telephone untuk mempromosikan produknya oleh penjual, dan kemudian pembeli dapat membeli barang tersebut melalui sambungan telephone. Caranya hampir sama dengan belanja *online* dengan layanan internet. Pembeli hanya tinggal menghubungi penjual, kemudian penjual mengirimkan barangnya kerumah pembeli dan terjadilah transaksi jual beli dirumah pembeli (Ramadloniyah, 2018).

Dengan ramainya yang menggunakan *mobile banking* di Banda Aceh saat ini membuat masyarakat terbiasa dalam bertransaksi *online* baik itu pada *website* perbelanjaan *online* maupun aplikasi berbelanja *online* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada maupun aplikasi berbelanja *online* lainnya khususnya para pedagang *olshop* pakaian. Hal ini dikarenakan dengan menggunakan *mobile banking* ini para pedagang *olshop* mendapatkan kemudahan dan lebih menghemat waktu dalam melakukan transaksi dibandingkan harus mengantri lama dibank untuk dapat melakukan transaksi. Kemudian layanan ini bekerja dengan efektif dan aman dalam melakukan transaksi, dengan demikian pengguna layanan ini

dapat lebih percaya dan lebih senang bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Dengan menggunakan layanan ini para pedagang *olshop* tersebut bisa melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja. Hal ini tentunya menjadi faktor meningkatnya penggunaan *mobile banking* dari tahun ke tahun. Dengan demikian pihak perbankan bisa menaikkan persentase penggunaan *mobile banking*. Namun bank juga harus melihat berbagai persepsi yang dapat mempengaruhi nasabah dalam penggunaan *mobile banking* sehingga bisa terus mengembangkan dan memberikan layanan terbaik bagi nasabah.

Berdasarkan uraian-uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Faktor Kemudahan, Efisiensi Waktu, dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syari’ah (Studi pada Pedagang Pakaian *Olshop* di Banda Aceh)**” .

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* bank syari’ah studi pada pedagang pakaian *online shop* di Banda Aceh?
2. Apakah efisiensi waktu berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* bank syari’ah studi pada pedagang pakaian *online shop* di Banda Aceh?

3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* bank syari'ah studi pada pedagang pakaian *online shop* di Banda Aceh?
4. Apakah kemudahan, efisiensi waktu dan kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* syariah studi pada pedagang pakaian *online shop* di Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap penggunaan *mobile banking* bank syari'ah studi pada pedagang pakaian *online shop* di Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui pengaruh efisiensi waktu terhadap penggunaan *mobile banking* bank syari'ah studi pada pedagang pakaian *online shop* di Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking* bank syari'ah studi pada pedagang pakaian *online shop* di Banda Aceh.
4. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan, efisiensi waktu, dan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking* bank syariah studi pada pedagang pakaian *online shop* di Banda Aceh.

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk keperluan teoritis, keperluan dari segi praktisi, maupun keperluan kebijakan.

a) Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini dapat menjadi sebuah nilai tambah dalam penerapan aplikasi *mobile banking* bagi masyarakat dan nasabah bank syariah, khususnya bagi pedagang olshop melalui aplikasi *mobile banking* ini.

b) Manfaat Praktis

Manfaat praktis, penelitian ini dilaksanakan dengan harapan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak diantaranya :

1. Bagi Akademisi

Tugas akhir ini dapat berguna untuk memberikan penjelasan mengenai pengaruh kemudahan, efisiensi waktu dan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking* bank syariah pada pedagang pakaian olshop dan diharapkan dapat menjadi sumber bacaan dan referensi yang dapat menambahkan wawasan bagi pembacanya.

2. Bagi Mahasiswa

Bagi mahasiswa itu sendiri sebagai referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya tentang penggunaan *mobile banking* bank syari'ah ini dan diharapkan mahasiswa lebih mengetahui bahwa praktik didalam perbankan berbeda denga

teori yang dipelajari dan diprakti ini harus dipahami agar tidak terjadi penyimpangan dari syari'at Islam.

c) Manfaat Kebijakan

Agar penulis dapat mengetahui secara detail tentang *mobile banking* bank syari'ah,, juga untuk mempermudah masyarakat pengguna *mobile banking* khususnya bagi pedagang *olshop* agar lebih mudah dalam melakukan transaksi jual beli. Serta penelitian ini nantinya dapat menjadi referensi tambahan untuk peneliti selanjutnya tentang penggunaan *mobile banking* bank syari'ah ini.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini terdiri daari lima bab dengan kerangka sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Membahas tentang latar belakang teknologi informasi dalam penggunaan *mobile banking* bank syari'ah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian teoritis, manfaat praktisi dan manfaat kebijakan serta dicantumkan sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori

Membahas tentang teori *mobile banking* bank syari'ah, teori kemudahan , efisiensi waktu dan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking* bank syariah pada pedagang *olshop*.

Bab III : Metode Penelitian

Membahas tentang jenis penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, skala pengukuran,

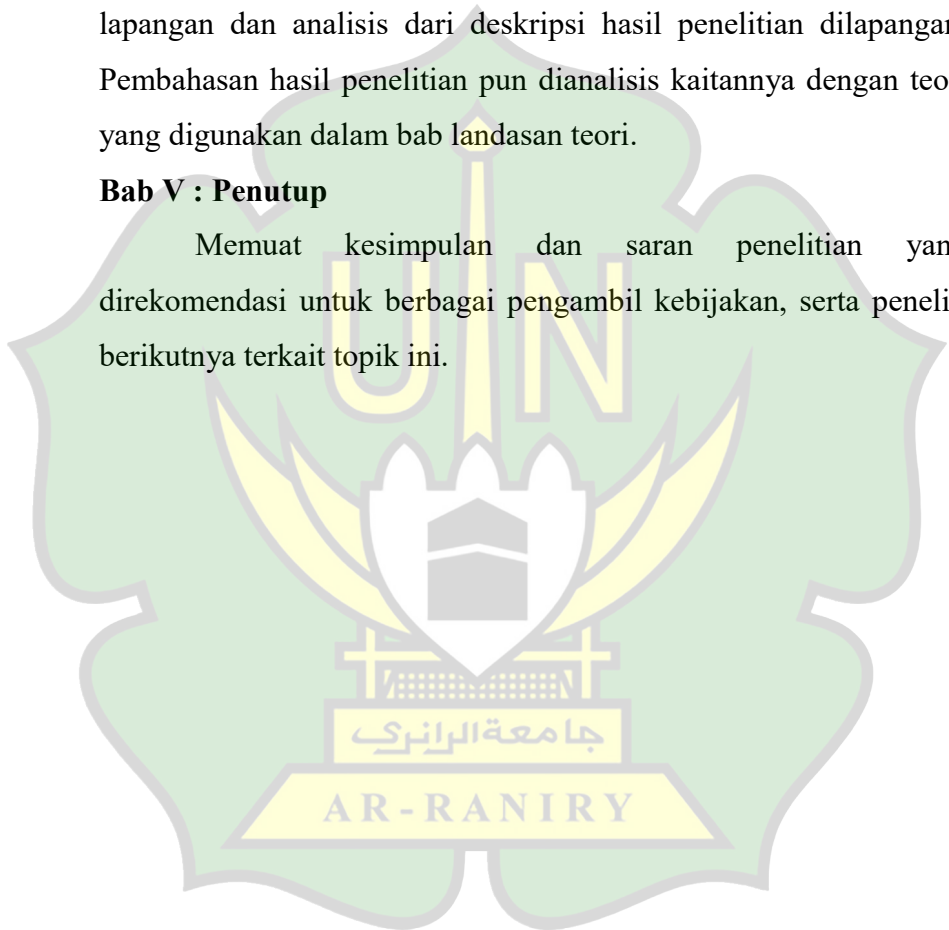
operasionalisasi variabel, instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Membahas tentang pengolahan data hasil penelitian di lapangan dan analisis dari deskripsi hasil penelitian di lapangan. Pembahasan hasil penelitian pun dianalisis kaitannya dengan teori yang digunakan dalam bab landasan teori.

Bab V : Penutup

Memuat kesimpulan dan saran penelitian yang direkomendasi untuk berbagai pengambil kebijakan, serta peneliti berikutnya terkait topik ini.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Bank Syari'ah

Berdasarkan Undang-undang No.21 tahun 2008 mengenai perbankan syari'ah mengemukakan pengertian perbankan syariah dan pengertian bank syariah. Perbankan syariah yaitu segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, mencakup kegiatan usaha, serta tata cara dan proses didalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan didasarkan pada prinsip syariah. Menurut Syahatah (2009), definisi bank syariah adalah lembaga keuangan syariah yang membuka layanan produk perbankan dan keuangan, investasi dalam berbagai sektor sesuai dengan kaidah syariah dan bertujuan merealisasikan pertumbuhan sosial dan ekonomi umat Islam.

Menurut Sudarsono (2021), bank syari'ah merupakan lembaga keuangan negara yang memberikan kredit dan jasa-jasa lainnya didalam lalu lintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan menggunakan prinsip-prinsip syari'ah atau Islam. Bank syariah adalah bank yang dijalankan berdasarkan syariah. Tentu syariah yang dibahas disini, menerapkan ajaran atau syariah Islam yang didalamnya terdapat 3(tiga) ajaran utama Islam, meliputi Aqidah, akhlak, dan syari'ah. Aqidah tersebut terkait dengan keimanan seseorang, dan akhlak berkaitan dengan perbuatan yang etis dan normatif serta tidak bertentangan dengan syariah. Ketiga

ajaran tersebut harus ditetapkan didalam semua sendi kehidupan termasuk dalam bank. Bahwa bank syariah merupakan lembaga keuangan yang seluruh aturan dan transaksinya mengikuti prinsip-prinsip syari'ah. Maka dalam operasional bank syari'ah sangat ditentukan oleh prinsip-prinsip syariah, tidak boleh sedikitpun ada produknya yang bertentangan dengan syari'ah.

Secara umum aktivitas bisnis diperbankan syariah meliputi tiga sisi. Sisi pertama yaitu penghimpunan dana (*Funding*), sisi kedua adalah penggunaan dana (*Financing*), sedangkan sisi yang terakshir ialah jasa (*Service*) (Karim, 2008).

2.2 Mobile Banking

2.2.1 Pengertian Mobile Banking

Mobile banking diartikan sebagai layanan bagi nasabah yang dapat diakses gadget dan dikirim melalui SMS (Winarno, 2017). Pada perkembangan selanjutnya, sistem tersebut dilengkapi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri atau *Automatic Teller Machine*, biasa disebut dengan ATM. Rahardjo (2002) menjelaskan bahwa ada beberapa persyaratan dari *mobile banking* yaitu : Aplikasi mudah digunakan, layanan dapat dijangkau dari mana saja, murah, aman, dan dapat diandalkan (*reliable*).

Menurut Riswandi (2005), *mobile banking* atau lebih dikenal dengan sebutan *m-banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan dengan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (unggulan) pada handphone. Dengan

adanya *handphone* dan layanan *mobile banking* transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual atau dengan kata lain nasabah mendatangi bank, kini bisa dilakukan tanpa harus mengunjungi bank yakni hanya dengan menggunakan *handphone* saja nasabah bisa melakukan transaksi dan tentu dengan cara ini nasabah dapat menghemat waktu dan biaya. Layanan *mobile banking* memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti transfer antar rekening, cek saldo, pembayaran tagihan, isi pulsa, dan lain-lain (Wibiadila, 2016). Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki *smartphone* dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dan kapan saja. Pada akhirnya bank berlomba-lomba untuk menyediakan fasilitas *m-banking* ini demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah.

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas yang diberikan oleh perbankan melalui sebuah aplikasi di *handphone* dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash. *Mobile banking* adalah bagian dari *electronic banking* yang menggunakan teknologi *mobile phone*. Ada dua macam bentuk *mobile banking* yaitu *SMS-banking* yang diakses dengan mengirimkan pesan tertulis dan *WAP-banking* bentuk *mobile internet service* via GPRS (internet) connection. Adapun fitur-fitur yang terdapat pada *mobile banking* ini yaitu layanan informasi (saldo, mutasi rekening, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat); dan layanan transaksi, seperti transfer,

pembayaran tagihan (listrik, air, internet), pembelian pulsa, dan berbagai fitur lainnya. Selain fitur layanan, berikut ada cara kerja *mobile banking* yaitu nasabah dapat memanfaatkan layanan *mobile banking* dengan cara mengakses menu yang telah tersedia pada aplikasi yang terinstal di ponsel. Yang pertama nasabah harus mengunduh dan menginstal aplikasi pada telepon seluler terlebih dahulu. Pada saat membuka aplikasi tersebut, nasabah harus memasukkan *user-ID* dan *Password* untuk login, kemudian nasabah dapat memilih menu transaksi yang tersedia dan diminta memasukkan OTP saat menjalankan transaksi. Keunggulan *mobile banking* telah mengalami berbagai macam terapan teknologi canggih, perbaikan-perbaikan yang berarti, sehingga tidak perlu dikhawatirkan penggunaannya. Selain memiliki kelebihan, layanan ini juga mempunyai kelemahan yang justru datang dari aspek non teknis. Bahaya tersebut akan datang Ketika orang lain, dalam hal ini pihak ketiga, mengetahui nomor PIN pengguna *mobile banking*. Kondisi ini akan berdampak tingkat keamanan yang didapatkan oleh nasabah.

Beberapa jenis transaksi dalam *mobile banking*, antara lain :

1. Transfer dana (transfer antar rekening, transfer antar bank);
2. Informasi saldo (saldo rekening tabungan, rekening saldo);
3. Mutasi rekening;
4. Informasi nilai tukar;
5. Pembayaran (Tagihan kredit, telepon, listrik, pesan tiket pesawat, pajak bumi);

6. Pembelian (voucher isi ulang, Pendebitan diatas nilai tertentu, dan lainnya).

2.2.2 Manfaat *Mobile Banking*

Layanan *mobile banking* akan bermanfaat jika layanan tersebut mudah dimengerti serta mampu menjalin interaksi dengan penggunanya. Bank menyediakan layanan seperti cek saldo, transfer antar rekening, info kurs dan sebagainya dalam *mobile banking*, dengan tujuan memberi kemudahan bagi nasabahnya untuk bertransaksi. Seseorang akan menggunakan *mobile banking* apabila orang tersebut percaya bahwa *mobile banking* dapat memberikan manfaat terhadap pekerjaannya dan pencapaian prestasi kerjanya. Para nasabah berharap memperoleh manfaat, pada saat nasabah melaksanakan tugas dan pekerjaan rutinnya setelah ia menggunakan *mobile banking*. Menurut Syamsul Hadi dan Novi (2014), Kemanfaatan bagi nasabah meliputi :

1. Hemat waktu, misalnya nasabah ingin transfer dana, cek saldo, membuat deposito, dan lain-lain. Semuanya bisa dilakukan dengan menggunakan handphone saja tanpa perlu jauh-jauh datang ke bank.
2. Praktis, dengan *mobile banking*, Nasabah bisa membayar tagihan dengan mudah tanpa mengganggu aktivitas.
3. Dapat memantau transaksi dan saldo rekening 24 jam *real time online*. Nasabah juga bisa memantau transaksi keuangannya secara real time, mengelola dana yang keluar

maupun masuk di rekeningnya dengan menggunakan aplikasi *mobile banking*.

4. Gratis, Biasanya *mobile banking* yang ditawarkan oleh bank tidak mengenakan biaya pendaftaran, aktivasi maupun administrasi bulanan.
5. Aman, Dalam menggunakan fitur-fitur di *mobile banking* biasanya terdapat kode verifikasi, PIN dan sistem keamanan yang telah distandarisasi pihak bank.

2.3 Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syari'ah

Menurut Jogiyanto (2008) perilaku (*behavior*) adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang. Dalam konteks penggunaan sistem teknologi informasi, perilaku (*behavior*) adalah penggunaan sesungguhnya (*actual use*) dari teknologi. David (1989) menggunakan pengukuran pemakaian sesungguhnya (*actual use*), dan Igbaria (1995) menggunakan pengukuran pemakaian persepsian (*perceived usage*) yang diukur sebagai jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi dan frekuensi penggunaannya.

Menurut Warsita (2008) pemanfaatan atau penggunaan adalah tindakan menggunakan metode dan model instruksional, bahan dan peralatan media. Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2002) penggunaan diartikan sebagai proses, cara pembuatan, memakai sesuatu, pemakaian. Penggunaan adalah proses pemakaian, jadi petunjuk penggunaan adalah suatu tanda untuk menunjukkan atau memberi tahu proses pemakaian suatu benda atau

zat. Penggunaan dan pemakaian yang dapat disebut pula sebagai konsumen barang dan jasa. Dalam penelitian ini penggunaan adalah pemakaian pada fitur-fitur yang ada pada *mobile banking*.

Dampak penggunaan *mobile banking*:

Panjaitan (2019) menjelaskan secara khusus penggunaan *mobile banking* berdampak positif bagi bank, nasabah dan operator telepon seluler. Dampaknya sebagai berikut:

- a) Bank: Dampak yang diberikan *mobile banking* bagi bank adalah memberikan keuntungan bagi di mana bank mendapatkan lebih banyak lagi nasabah dan mendapatkan kepercayaan dari nasabah.
- b) Nasabah: Untuk nasabah sendiri mereka mendapatkan pelayanan yang lebih dari bank karena dengan adanya *mobile banking* akan semakin mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan.
- c) Operator Seluler: Untuk operator seluler mendapatkan konsumen yang aktif dalam penggunaan ponselnya yaitu menggunakan *mobile banking* akan memakan pulsa atau paket data dan konsumen akan membeli lagi untuk melakukan transaksi *mobile banking*.

2.3.1 Indikator Penggunaan Mobile Banking

Menurut Mutianah, et al., (2012), indikator penggunaan *mobile banking* adalah sebagai berikut:

- a) Pemakaian nyata, yaitu dapat digunakan untuk pemakaian nyata.

- b) Diakses dalam frekuensi tertentu, *mobile banking* dapat diakses dalam frekuensi penggunaan tertentu.
- c) Pengguna merasa puas, yakni kinerja pengguna merasa puas terhadap penggunaan layanan tersebut

2.4 Technology Acceptance Model (TAM)

Model penerimaan teknologi ataupun *technology acceptance model* (TAM) dikembangkan oleh Davis, F.D. (1989). Menurut Priambo dan Prabawani, model penerimaan teknologi merupakan adaptasi dari teori tindakan yang beralasan atau disebut *theory reasoned action* (TRA) yang sebelumnya telah dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Penerimaan teknologi memiliki tujuan untuk memberi penjelasan yang bersifat parsimony atas penentu adopsi dan perilaku dari pengguna teknologi informasi terhadap informasi terhadap penerimaan teknologi informasi itu sendiri.

Menurut Prayono (2017), penerimaan teknologi telah digunakan untuk berbagai penelitian teknologi informasi dalam berbagai konteks. Penerimaan teknologi seringkali terbukti nyata secara signifikan tentang hubungan konstruk-konstruk yang ada pada model penerimaan teknologi akan tetapi masih belum terbukti dan juga berpotensi untuk memunculkan perdebatan untuk diterapkan dalam teknologi informasi.

Penerimaan teknologi didefinisikan dua persepsi dari penggunaan teknologi yang memiliki suatu dampak pada penerimaan teknologi. Konsep penerimaan teknologi menekankan pada persepsi pemakai tentang “bagaimana kegunaan teknologi

untuk pengguna” dan “fleksibel dan efisien dalam penggunaannya”, kegunaan dan kemudahan menjadi dua faktor yang paling terkuat dalam mempengaruhi tentang penerimaan atas teknologi dan merupakan determinan fundamental dalam penerimaan dari konsumen.

2.5 Kemudahan Penggunaan

2.5.1 Pengertian Kemudahan

Menurut Widjana (2010) kemudahan penggunaan adalah keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan. Kemudahan penggunaan *mobile banking* memiliki makna bahwa layanan *mobile banking* oleh pihak bank akan mudah dipahami dan mudah digunakan, sehingga nasabah bisa dengan mudah mempelajari tata cara bertransaksi menggunakan *m- banking*. Penerimaan penggunaan sebuah system juga turut dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan sistem tersebut. Ini merupakan refleksi psikologis pengguna untuk lebih bersikap terbuka terhadap sesuatu yang mudah dipahami. Kemudahan tersebut bisa mendorong seseorang untuk menerima dan menggunakan sebuah sistem.

Persepsi kemudahan penggunaan diyakini memiliki pengaruh yang kuat dalam pembentukan sikap seorang individu dalam menerima sebuah teknologi. David (1989) memberikan beberapa indikator kemudahan terhadap suatu sistem informasi (termasuk *mobile banking*) yakni: mudah dipelajari dan dioperasikan, mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna,

dan menambah keterampilan para pengguna. Semakin mudah suatu sistem untuk dipelajari dan digunakan, maka hal tersebut akan meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Intensitas penggunaan dan interaksi penggunaan dengan sistem juga bisa menunjukkan kemudahan penggunaan. Suatu sistem yang lebih sering digunakan dapat menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan, dan lebih mudah digunakan oleh pemakainya. Hal ini disebabkan pemakai atau nasabah terbuka terhadap sesuatu yang dapat dipahami dengan mudah.

Menurut Jogiyanto (2011), Kemudahan penggunaan *mobile banking* adalah suatu derajat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi akan membuat seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka ia tidak akan menggunakannya begitupun dengan *mobile banking* jika sistemnya mudah akan membuat orang percaya dan akan menggunakannya.

2.5.2 Indikator Kemudahan Penggunaan

Menurut David (1989) dalam Asterina dan Idris (2018) membagi dimensi persepsi kemudahan penggunaan sebagai berikut

1. Sistem jelas dan mudah, yaitu interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah digunakan.
2. Usaha berinteraksi, yaitu tidak membutuhkan banyak usaha dalam berinteraksi dengan system tersebut

3. Sistem efektif , yaitu system mudah dan efektif dalam transaksinya
4. Mudah mengoperasikan, yaitu teknologi yang digunakan atau system mudah sesuai dengan yang individu kerjakan.

2.6 Efisiensi Waktu

2.6.1 Pengertian Efisiensi Waktu

Menurut Mulyadi (2007), efisiensi adalah ketetapan cara (usaha, kerja) dan menjalankan suatu dengan tidak membuang waktu, tenaga dan kerja. Efisiensi dalam ilmu ekonomi digunakan untuk merujuk pada sejumlah konsep yang terkait pada kegunaan pemaksimalan serta pemanfaatan seluruh sumber daya dalam proses produksi barang dan jasa. Menurut Sedarmayanti (2014) Efisiensi adalah ukuran tingkat penggunaan sumber daya dalam suatu proses. Semakin hemat atau sedikit penggunaan sumber daya, maka prosesnya dikatakan semakin efisien. Proses efisien ditandai dengan perbaikan proses sehingga menjadi lebih murah dan lebih cepat. Maka dari hal tersebut pentingnya bagi kita untuk mengatur waktu semaksimal dan seefektif mungkin karena waktu tidak bisa kita kembalikan.

Efisiensi waktu adalah sebuah usaha untuk mengoptimalkan pemakaian waktu Ketika mengerjakan sesuatu. Konsep mengenai efisiensi waktu yang dimulai pada masa revolusi industri telah menjadi gagasan modern perihal melakukan sesuatu secara efektif dan efisien. Hidup ditengah-tengah lingkungan bisnis yang terus berubah, yang didalamnya orang-orang berhadapan dengan banyak

tanggung jawab, adanya persaingan diberbagai bidang kehidupan, dan adanya tekanan dari berbagai arah dalam usaha meraih cita-cita menuntut keharusan untuk bisa mengelola waktu seefisien mungkin, dengan indikator produktifitas yang tinggi. Salah satu hal yang sangat menolong dalam hal mencapai efektifitas penggunaan waktu adalah dengan memperhatikan perbedaan antara hal yang sifatnya mendesak dengan yang sifatnya penting. Seharusnya menangani hal-hal penting terlebih dahulu sebelum hal tersebut berubah menjadi hal yang mendesak. *Mobile banking* menjadi lebih cepat dan murah tanpa membuang biaya, waktu , dan tenaga untuk mencapai hasil yang diharapkan maka proses tersebut dapat mengefisiensikan waktu dengan baik.

2.6.2 Indikator Efisiensi Waktu

Mukhtisar (2020) dalam jurnalnya menjelaskan indikator efisiensi waktu, yaitu sebagai berikut :

1. Menghemat Waktu, yaitu dapat digunakan dalam waktu mendadak
2. Menghemat biaya, yaitu tidak menghabiskan biaya dalam penggunaannya
3. Dapat menghemat tenaga, yaitu tidak menghabiskan waktu untuk dapat bertransaksi

2.7 Kepercayaan

2.7.1 Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak

berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayakan akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan. Menurut Moorman (1992) et al., seperti dikutip Ishak & Zhafitri (2011) menyatakan kepercayaan adalah kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah dipercaya. Crosby et al.(1976), dikutip Budi (2014), menyatakan bahwa kepercayaan adalah keyakinan bahwa penyedia jasa dapat menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan, serta kemauan atau keyakinan mitra pertukaran untuk menjalin hubungan jangka panjang untuk menghasilkan kerja yang positif. Menurut Sunarto (2009:153) Kepercayaan konsumen (*Consume Beliefs*) adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Objek (*Objects*) dapat berupa produk, orang, perusahaan, dan segala sesuatu, dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap. Sedangkan atribut (*Attributes*) adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek. Sedangkan manfaat (*Benefits*) adalah hasil positif yang diberikan atribut kepada konsumen. Para manajer harus menyadari bahwa kepercayaan terhadap objek, atribut, dan manfaat menunjukkan persepsi konsumen, dan karena itu, umumnya kepercayaan seseorang konsumen lainnya. Barnes (2008:149) menyatakan bahwa ada beberapa elemen penting dari kepercayaan, yaitu : (a) Kepercayaan merupakan perkembangan dan pengalaman dan tindakan masa lalu. (b) Watak yang diharapkan dari partner, seperti dapat dipercaya dan dapat diandalkan. (c) Kepercayaan

melibatkan kesediaan untuk menempelkan diri dalam resiko (d) Kepercayaan melibatkan perasaan aman dan yakin pada diri partner.

2.7.2 Manfaat dan Indikator Kepercayaan

Lita (2009: 72) menjelaskan beberapa manfaat dari adanya kepercayaan, antara lain :

- a. Kepercayaan dapat mendorong pemasar untuk berusaha menjaga hubungan yang terjalin dengan bekerjasama dengan rekan perdagangan.
- b. Kepercayaan menolak pilihan jangka pendek dan lebih memilih keuntungan jangka panjang yang diharapkan dengan mempertahankan rekan yang ada.
- c. Kepercayaan dapat mendorong pemasar untuk memandang sikap yang mendatangkan risiko besar dengan bijaksana karena percaya bahwa rekannya tidak akan mengambil kesempatan yang dapat merugikan pemasar.

Asas kepercayaan dalam perbankan adalah suatu asas yang menyatakan bahwa bank dilandasi oleh hubungan kepercayaan antara bank sebagai penyedia layanan dan nasabahnya. Agar dapat terus menjaga kesehatan perbankan dengan tetap memelihara dan mempertahankan kepercayaan nasabah sebagai pihak bank yang biasanya bekerja dengan dana dari masyarakat dan disimpan padanya atas dasar kepercayaan. Kepercayaan nasabah bahwa dana yang disimpan di bank dapat diambil pada waktu yang diinginkan dan sesuai dengan perjanjian yang disertai imbalan, sehingga

kemauan masyarakat untuk menyimpan sebagian dananya di bank dilandaskan atas kepercayaan.

Rosita (2019) menjelaskan indikator kepercayaan penggunaan *mobile banking* adalah sebagai berikut :

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

2.8 Penelitian Terkait

Penelitian terkait bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian di antaranya : Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad (2021) dengan judul “Pengaruh manfaat, Kepercayaan, kemudahan *mobile banking* terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di bank Syariah Indonesia KC 3 Palangka Raya”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui manfaat, kepercayaan, kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Persamaan terletak pada variabel X yaitu faktor kepercayaan dan kemudahan. Sedangkan perbedaan terletak pada objek penelitian yaitu penelitian ini mengambil objek

penelitian pada bank syariah Indonesia KC 3 Palangka Raya. Peneliti mengambil objek penelitian pada pedagang pakaian *online shop* Banda Aceh .

Kemudian juga terdapat dalam penelitian yang dilakukan oleh Hapis (2021) dengan judul “Pengaruh tingkat kepercayaan, kemudahan dan *brand Equity* terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada bank syariah di masa pandemic Covid-19 dalam perspektif ekonomi Islam (studi empiris pada mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menjelaskan tingkat kepercayaan, kemudahan dan *brand Equity* berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada bank Syariah dimasa pandemi covid-19 pada mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dan juga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan tingkat kepercayaan, kemudahan dan *brand Equity* terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada bank Syariah dimasa pandemic covid-19 pada mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Persamaannya terletak pada variabel X yaitu Kepercayaan dan kemudahan. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel Y yaitu minat penggunaan *mobile banking*

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Febriani (2020) dengan judul “Pengaruh pengetahuan, Persepsi manfaat, keamanan terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* (studi pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung). Persamaannya dengan judul peneliti

ialah terletak pada variabel Y, yaitu penggunaan *mobile banking*. Perbedaananya terletak pada variabel X. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif dengan sumber data diperoleh dari data primer yang diperoleh dari kuisisioner dan disebarkan kepada mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam IAIN Tulungagung. Teknik pengumpulan data adalah dengan observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2019) dengan judul “Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan *mobile banking* (studi Empiris pada mahasiswa di Yogyakarta)”. Penelitian ini menguji apakah variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi kenyamanan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Persamaan dengan peneliti terletak pada dua variabel X yaitu kemudahan dan kepercayaan, sedangkan perbedaan terletak pada lokasi yang berbeda, peneliti pada pedagang pakaian *olshop* Banda Aceh, sedangkan Rahayu pada mahasiswa di Yogyakarta.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Adiwijaya (2018) yang berjudul “Kemudahan penggunaan, tingkat keberhasilan transaksi, kemampuan system teknologi, kepercayaan dan Minat Bertransaksi menggunakan *mobile banking*”. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan,

tingkat keberhasilan transaksi, dan kemampuan system teknologi untuk memercayai serta untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, tingkat keberhasilan transaksi, kemampuan sistem teknologi, dan minat bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Persamaannya dengan peneliti terletak pada variabel X yaitu kemudahan penggunaan. Dan perbedaannya terletak pada lokasi yang berbeda, peneliti pada pedagang pakaian *olshop* Banda Aceh, Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Adiwijaya terletak pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Gatot Subroto Denpasar.

Berdasarkan uraian diatas, maka hal tersebut dapat di ikhtisarkan dalam Tabel 2.1 dibawah ini:

Tabel 2. 1
Penelitian Terkait

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil penelitian
1.	Ahmad (2021)	Pengaruh manfaat, Kepercayaan, kemudahan <i>mobile banking</i> terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> di bank Syariah Indonesia ke 3 Palangka Raya.	Variabel independen: Manfaat, kepercayaan, dan kemudahan, Variabel dependen: Minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i>	Faktor manfaat dan kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> , factor kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> .
2.	Hapis (2021)	Pengaruh tingkat , kepercayaan, kemudahan dan <i>brand</i>	Variabel independen: tingkat kepercayaan	Tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan

Tabel 2. 1-Lanjutan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil penelitian
		<i>equity</i> terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> pada bank syariah di masa pandemic Covid-19 dalam perspektif Ekonomi Islam (studi Empiris pada mahasiswa UIN Raden Intan lampung)	dan <i>brand Equity</i> Variable dependen: Minat penggunaan <i>mobile banking</i>	terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> , Tingkat kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> dan variabel <i>brand equity</i> berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> .
3.	Febriani (2020)	Pengaruh pengetahuan, Persepsi manfaat, keamanan terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>mobile banking</i> (studi pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung)	Variabel independen: Pengaruh pengetahuan, persepsi manfaat, dan keamanan Variabel dependen: Minat mahasiswa menggunakan <i>mobile banking</i>	Tingkat pengetahuan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>mobile banking</i> bank syari'ah. Persepsi manfaat dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>mobile banking</i>
4.	Rahayu (2019)	Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi	Variabel independen: Persepsi kegunaan, kemudahan, kepercayaan	Tingkat kegunaan, kemudahan, kepercayaan, dan kenyamanan

Tabel 2. 1-Lanjutan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil penelitian
		kepercayaan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> (studi Empiris pada mahasiswa di Yogyakarta)	dan kenyamanan Variabel dependen: Minat penggunaan	berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> .
5.	Adiwijaya (2018)	Kemudahan penggunaan, tingkat keberhasilan transaksi, kemampuan system teknologi, kepercayaan dan minat bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i>	Variabel independen: Kemudahan penggunaan, tingkat keberhasilan transaksi, sistem teknologi dan kepercayaan Variabel dependen: Minat bertransaksi Minat nasabah bertransaksi	Kemudahan penggunaan, tingkat keberhasilan transaksi, dan kapabilitas sistem teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan minat bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i> .

Sumber : Data diolah (2022)

2.9 Hubungan Antar Variabel

2.9.1 Hubungan Kemudahan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

Kemudahan dalam penggunaan *mobile banking* memiliki arti bahwa bank memberikan layanan berupa *mobile banking* yang dapat dengan mudah dimengerti dan dipelajari oleh nasabah atau penggunanya. Nasabah dapat dengan mudah melakukan transaksi

sesuai dengan keinginan nasabah. Menurut Hadi dan Novi (2015) Pengguna memiliki refleksi psikologis untuk bersikap terbuka terhadap sesuatu yang mudah dipahami dan dapat disimpulkan bahwa semakin mudah *mobile banking* dipelajari dan digunakan maka semakin menarik keinginan nasabah untuk menggunakannya. Hasil penelitian Hapsara (2015) yang berjudul Pengaruh kegunaan, kemudahan, resiko dan kepercayaan Terhadap penggunaan *mobile banking*, menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*.

2.9.2 Hubungan Efisiensi Waktu Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

Faktor efisiensi waktu merupakan faktor yang sangat penting dalam melakukan transaksi *online*. Karena jika pengguna *mobile banking* mendapatkan efisiensi waktu dalam menggunakannya, maka pengguna tersebut akan terus menggunakan aplikasi *mobile banking* guna memenuhi keperluannya bahkan jika pengguna ingin menggunakannya dalam keadaan mendesak sekalipun bisa digunakan. Oleh sebab itu dengan adanya faktor efisiensi waktu ini, pengguna *mobile banking* sangat terbantu (Winata, 2018).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Winata (2018) yang berjudul Analisis kemudahan penggunaan, efisiensi dan keamanan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan BSM *mobile banking* pada bank syariah mandiri kantor cabang Payakumbuh, penelitian ini menunjukkan bahwa variabel efisiensi paling dominan mempengaruhi minat bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

2.9.3 Hubungan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

Faktor kepercayaan *online* menjadi faktor kunci dalam setiap transaksi *online*. Karena hanya pelanggan yang memiliki kepercayaan yang akan melakukan transaksi melalui media internet (Pavlou dan Geffen, 2022). Aladwani (2010) juga berpendapat bahwa kepercayaan adalah kunci tantangan masa depan transaksi perbankan *online*, karena transaksi *online* tidak memiliki kehadiran fisik dari cabang fisik, serta interaksi tatap muka antara personil bank dengan nasabah. Untuk mengatasi ketidakpastian dalam lingkungan transaksi *mobile*, kepercayaan membantu mengurangi penipuan dan risiko potensial (*potential risk*) dan meningkatkan kemungkinan pelanggan mengadopsi atau menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Priestiani Putri Rahayu (2019) yang berjudul Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan *mobile banking* (studi Empiris pada mahasiswa di Yogyakarta), menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

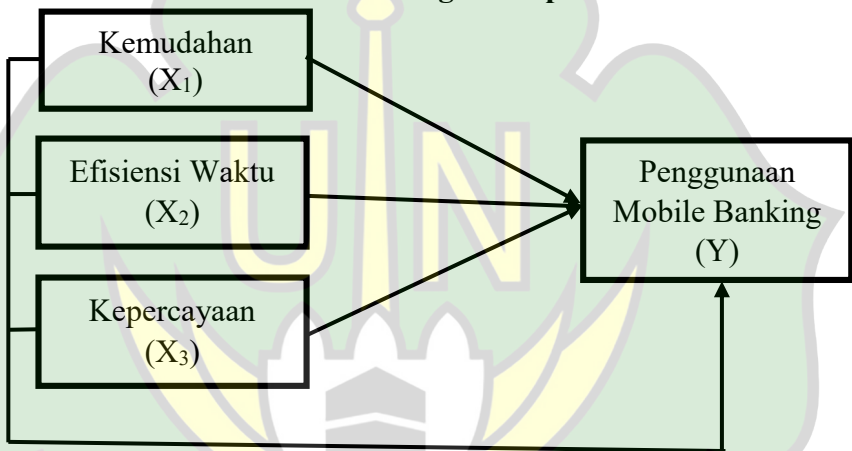
2.10 Kerangka Berpikir

Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas, maka perlu adanya kerangka pemikiran yang merupakan landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menemukan, menguji, dan

mengembangkan kebenaran dari suatu penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

“Pengaruh Kemudahan, Efisiensi Waktu, dan Kepercayaan terhadap Penggunaan *mobile banking* bank syariah (Studi pada Pedagang Pakaian Olshop di Banda Aceh)”.

Gambar 2. 1
Skema Kerangka Berpikir



Sumber : Data diolah (2022)

Pada gambar kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat bahwa variabel independent terhadap variabel dependen. Dimana variabel kemudahan (X₁) terhadap penggunaan *mobile banking* (Y), Variabel efisiensi waktu (X₂) terhadap penggunaan *mobile banking* (Y), variabel Kepercayaan (X₃) terhadap penggunaan *mobile banking* (Y), dan variabel Kemudahan (X₁), Efisiensi Waktu (X₂), Kepercayaan (X₃) terhadap penggunaan *mobile banking* (Y).

2.11 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang di ajukan. Hipotesis merupakan pernyataan sementara berupa dugaan mengenai apa saja yang sedang di amati dalam usaha untuk memahaminya. Hipotesis merupakan kebenaran sementara yang masih harus diuji. Menurut Ig. Dodiet (2021) dijelaskan bahwa manfaat hipotesis adalah untuk memberi batasan serta memperkecil jangkauan penelitian. Untuk membantu mengarahkan peneliti pada kondisi fakta serta hubungan antar fakta.

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H₁ : Terdapat pengaruh kemudahan terhadap penggunaan *mobile banking* syariah studi pada pedagang *olshop* pakaian di Banda Aceh
- H₂ : Terdapat pengaruh efisiensi waktu terhadap penggunaan *mobile banking* bank syariah studi pada pedagang pakaian *olshop* di Banda Aceh
- H₃ : Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking* bank syariah studi pada pedagang pakaian *olshop* di Banda Aceh
- H₄ : Terdapat pengaruh kemudahan, efisiensi waktu, dan kepercayaan secara bersama-sama (simultan) terhadap penggunaan *mobile banking* bank syari'ah studi pada pedagang pakaian *olshop* di Banda Aceh

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Pendekatan

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan data berupa angka untuk mengukur dan melakukan pemecahan masalah terhadap beberapa komponen. Menurut Sugiyono (2020) metode penelitian adalah cara atau proses ilmiah yang memiliki tujuan mendapatkan data dengan kegunaan dan tujuan tertentu. Penelitian mempunyai tujuan utama menurut Sugiyono (2017), yaitu menemukan, membuktikan dan mengembangkan. Untuk dapat menjabarkan dengan baik tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data dalam suatu proposal atau laporan penelitian diperlukan pemahaman yang baik tentang masing-masing konsep tersebut. Hal ini diperlukan untuk memastikan bahwa jenis penelitian sampai dengan analisis data yang dituangkan dalam proposal dan laporan penelitian telah sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah yang dipersyaratkan. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah asosiatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2015), pendekatan asosiatif adalah pendekatan yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih.

Alasan peneliti mengambil metode penelitian kuantitatif diantaranya untuk mengetahui lebih dalam dan jelas mengenai

penggunaan *mobile banking* pada nasabah saat penelitian, kemudian juga memudahkan dalam melihat seberapa banyak nasabah yang dengan menggunakan *mobile banking* ini untuk kemudahan dan efisiensi waktu dalam bertansaksi, dan juga untuk melihat seberapa banyak nasabah yang percaya terhadap layanan ini yang ada di kota Banda Aceh. Dengan memilih kuantitatif memudahkan dalam penjabaran data berupa angka untuk mengukur seberapa banyak penggunaan *mobile banking* pada tiga faktor diatas.

3.2 Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian data primer. Data primer adalah informasi yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari tempat objek penelitian dilakukan tanpa adanya campur tangan pihak ketiga (Siregar, 2013). Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini didapatkan dari kuisioner yang disebarakan kepada Pedagang *Online shop* pakaian yang ada di Banda Aceh.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini menggunakan kuisioner atau sering disebut dengan metode angket. Menurut Sugiyono (2019:199), kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atai pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pada metode ini,

pernyataan-pernyataan masalah ditulis dalam format kuisioner. Lalu disebarakan kepada responden untuk dijawab, kemudian dikembalikan kepada peneliti. Dari jawaban responden tersebut, peneliti dapat memperoleh data berupa pendapat dan sikap responden terhadap masalah yang sedang diteliti.

3.4 Populasi dan sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada subjek/objek yang dipelajari, akan tetapi populasi itu meliputi seluruh karakteristik ataupun sifat yang dimiliki oleh subjek/objek itu. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pedagang pakaian *online shop* yang ada di Banda Aceh.

3.4.2 Sampel

Menurut Morisan (2015) sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili keseluruhan anggota populasi yang bersifat representatif. Pegambilan sampel yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik purposive sampling karena pengambilan anggota populasi dilakukan dengan pertimbangan tertentu, dan juga dikarenakan sesuai digunakan untuk penelitian kuantitatif atau penelitian yang tidak melakukan generalisasi (Sugiyono, 2016).

Karakteristik responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Responden merupakan pedagang pakaian *online shop* di Banda Aceh
- b. Responden merupakan pengguna *mobile banking* dengan jangka waktu tertentu.

Sedangkan penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (1997), hal ini dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui. Berikut rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z^2 p (1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai standard = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = alpha (0.10) atau sampling error = 10%

Sehingga dari rumus ini didapatkan jumlah minimal sampelnya adalah :

$$n = \frac{1.96^2 (0.5) (1 - 0.5)}{0.1^2}$$

$$n = \frac{3,841(0,25)}{0,01}$$

$n = 96,04$ (dibulatkan menjadi 100)

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Alasan peneliti

menggunakan rumus dari Lemeshow (1997) karena populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah.

3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap responden yang diberikan beberapa pilihan jawaban untuk menyatakan persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap suatu pernyataan yang mempunyai jarak dari sangat positif ke sangat negatif. Skala likert menggunakan metode peringkatan yang dijumlahkan (*method of summated ratings*) dimana skor atau pemberat diberikan kepada setiap alternatif pilihan jawaban (Fauzi et al., 2019). Skala likert yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 1
Skala Pengukuran

Skala	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Sumber : Sugiyono (2014)

3.6 Definisi Operasional Variabel

3.6.1 Variabel Bebas (Independen)

Variabel independen adalah variabel yang variabel yang menjadi sebab terjadi perubahan dalam variabel lain atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen (Ismayani, 2020). Secara umum variabel independen dilambangkan dengan huruf (X). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kemudahan (X_1), Efisiensi Waktu (X_2 , Kepercayaan (X_3).

3.6.2 Variabel Terikat (Dependen)

Menurut Sugiyono (2019:69) *dependent variable* sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Oleh karena itu, Variabel dependen terikat atau bergantung pada variabel independen. Secara umum variabel dependen dilambangkan dengan huruf (Y), variabel dependen dalam penelitian ini adalah Penggunaan *Mobile Banking*.

Tabel 3. 2
Operasinalisasi Variabel

No	Variabel	Referensi	Indikator	Skala
1.	Kemudahan (X_1)	Kemudahan penggunaan <i>mobile banking</i> adalah suatu derajat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi akan membuat seseorang percaya bahwa sitem informasi mudah digunakan maka ia akan	1. Sistem jelas dan mudah 2. Usaha berinteraksi 3. Sistem efektif 4. Mudah mengoperasikan (David, 1989 dalam jurnal Asterina & Idris, 2018)	Likert

Tabel 3.2-Lanjutan

No	Variabel	Referensi	Indikator	Skala
		menggunakannya. (Jogiyanto, 2011)		
2.	Efisiensi waktu (X_2)	Menurut Sedarmayanti (2014) Efisiensi adalah ukuran tingkat penggunaan sumber daya dalam suatu proses. Sedangkan Pengertian Waktu menurut Choan-Seng Song adalah sebuah tempat / sarana berkembang yang digunakan untuk setiap orang. Jadi pengertian efisiensi waktu adalah sebuah usaha untuk mengoptimalkan pemakaian waktu Ketika mengerjakan sesuatu.	1. Menghemat waktu 2. Menghemat biaya 3. Menghemat tenaga (Mukhtisar, 2020)	Likert
3.	Kepercayaan (X_3)	Menurut Moorman et al., seperti dikutip Ishak dan Zhafitri (2011) menyatakan kepercayaan adalah kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah dipercaya.	1. kehandalan 2. kepedulian 3. kredibilitas (Yulianti Rosita, 2019).	Likert
4.	Penggunaan <i>mobile banking</i> (Y)	Menurut Warsita (2008) pemanfaatan atau penggunaan adalah tindakan menggunakan metode dan model instruksional, bahan dan peralatan media. Penggunaan adalah proses pemakaian, jadi petunjuk penggunaan adalah	1. Pemakaian nyata 2. Diakses dalam frekuensi tertentu 3. Pengguna merasa puas (Menurut Davis, et al., 1989) dan mutianah, dkk., 2012)	Likert

Tabel 3.2-Lanjutan

No	Variabel	Referensi	Indikator	Skala
		suatu tanda untuk menunjukkan atau memberi tahu proses pemakaian suatu benda atau zat.		

Sumber : Data Diolah (2022)

3.7 Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017) Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk mencapai tingkat validitas instrumen penelitian, maka alat ukur yang dipakai dalam instrumen penelitian juga harus memiliki tingkat validitas yang baik (Sekaran, 2013) nilai validitas akan dicari dengan taraf kesalahan sebesar 0.05 atau 5% yang berarti jika r hitung $> r$ tabel maka kuisioner yang digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian telah memenuhi syarat validitas.

3.7.2 Uji Reabilitas

Reabilitas artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya (Sugiyono, 2017, p.121). Reabilitas adalah sebuah uji untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban

pertanyaan adalah konsistensi atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran dalam variabel ini menggunakan cara *one shoot* atau pengukuran sekali saja. Pengukuran butir pertanyaan dengan sekali menyebar kuisioner pada responden, kemudian hasil skor diukur korelasinya antar skor jawaban pada butir pertanyaan yang sama dengan bantuan aplikasi SPSS, dengan fasilitas *Cornbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cornbach Alpha* > 0.60 .

3.8 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2005) untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linear dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian uji asumsi normalis, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi variabel terikat dan bebas keduanya berdistribusi normal dan tidak (Anggraeni, 2015). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalis data menggunakan statistik Kolmogorov-Sminov dalam program SPSS.

1. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
2. Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regrei adalah tidak normal.

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan yang lain. apabila varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Model yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Glejser, yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya > 0.05 . sebaliknya, terjadi heteroskedastisitas apabila terjadi signifikansinya < 0.05 (Ghozali, 2018:142).

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Menurut Sriningsih, et al (2018), multikolinearitas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi antara variabel bebas atau antar variabel bebas tidak bersifat saling bebas. Uji multikolinieritas adalah untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Apabila terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinieritas. Pada uji multikolinearitas digunakan beasaran, yaitu VIF (*Variance Inflation Factor*) atau faktor inflasi ragam. VIF digunakan sebagai kriteria untuk mendeteksi multikolinearitas pada regresi linear yang melibatkan lebih dari dua variabel bebas. Pada model regresi yang

baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas atau tidak terjadi multikolinearitas.

1. Apabila nilai $VIF > 10$ atau jika tolerance value < 0.1 maka terjadi multikolinearitas.
2. Apabila nilai $VIF < 10$ atau jika tolerance value > 0.1 maka tidak terjadi multikolinearitas

3.9 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independen) yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel terikat (dependen). Model analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa pengaruh variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) (Ghozali, 2018:95). Persamaan yang digunakan untuk analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Penggunaan Mobile Banking

a = Konstan

b_1 = Koefisien Regresi X_1

b_2 = Koefisien Regresi X_2

b_3 = Koefisien Regresi X_3

X_1 = Kemudahan

X_2 = Efisiensi Waktu

X_3 = Kepercayaan

E = Standard Error

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel dalam mempengaruhi variabel *dependen* taraf signifikansinya 5% atau 0.05. Menurut Sugiyono (2018:223) uji t digunakan jawaban sementara terhadap rumus masalah, yaitu yang menanyakan hubungan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti. Dalam pengambilan keputusan digunakan uji t adalah sebagai berikut :

1. Apabila nilai probabilitas signifikan > 0.05 , maka hipotesis yang diajukan ditolak karena variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Apabila nilai probabilitas signifikan < 0.05 , maka hipotesis yang diajukan diterima. Hipotesis diterima karena variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.10.2 Uji Simultan (Uji-F)

Menurut Ghozali (2012:98) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Uji F digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel

bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama (Sugiyono: 2005) yaitu dengan membandingkan antar F hitung pada tabel kepercayaan 5% apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka semua variabel bebas berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam formula pengujian dalam uji F yaitu :

H_0 : Apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak dan tidak berpengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

H_1 : Apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima dan berpengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2009) Koefisien Determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan nilai antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai Koefisien Determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti variasi variabel dependen yang sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum *Online Shop*

Online shop adalah suatu bentuk perdagangan (barang atau jasa) yang dilakukan melalui internet menggunakan web browser. Secara umum, penyedia jasa *online shopping* dapat bertindak sebagai penjual itu sendiri maupun hanya sebagai pihak ketiga yang menyediakan arena jual-beli. *Online shop* memiliki keuntungan seperti tidak perlu pergi ketoko yang dituju, dapat bertransaksi kapanpun sesuai kesepakatan dengan vendor, mudah dalam mencari produk yang diinginkan. Hampir semua orang saat ini mengenal dan familiar dengan kata *online shop*, apalagi untuk para wanita. Toko *online* sangat memudahkan semua orang jika membutuhkan atau ingin membeli suatu produk atau jasa. Dengan toko *online* pula kita dapat menjalankan bisnis penjualan dengan tanpa batas ruang dan waktu, internet bisa diakses dari manapun dan kapanpun 24 jam. Karena itu akhirnya bisnis *online shop* menjadi sebuah alternatif bisnis masa kini atau masa digital.

4.2 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang pakaian *olshop* yang ada di Banda Aceh yang menggunakan *mobile banking*. Jadi responden yang diambil yaitu sebanyak 100 responden. Pada bagian gambaran umum responden dapat beberapa pertanyaan yang harus diisi oleh responden tentang data pribadi responden seperti nama *olshop*, jenis kelamin, umur responden dan

juga lama waktu dalam penggunaan *mobile banking*. Adapun deskripsi mengenai gambaran umum responden dalam penelitian adalah sebagai berikut:

4.2.1 Jenis Kelamin

Pengolah data primer hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terbagi atas laki-laki dan perempuan yang merupakan pedagang pakaian *olshop* di Banda Aceh. Pengelompokkan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat melalui tabel yang diolah oleh peneliti, yaitu pada Tabel 4.1

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1.	Laki-laki	33	33,0 %
2.	Perempuan	67	67,0 %
	Total	100	100

Sumber: Data Primer 2022 (di olah)

Berdasarkan hasil Tabel 4.1 diketahui bahwa responden yang diambil berdasarkan jenis kelamin pada pedagang pakaian *olshop* di Banda Aceh yang menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah. Jumlah responden laki-laki yaitu 33 orang dan jumlah responden perempuan yaitu sebanyak 67 orang. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa mendominasi pedagang perempuan yang menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah dibandingkan pedagang laki-laki. Dan dapat dijelaskan bahwa persentase pedagang perempuan yang banyak bekerja sebagai pedagang pakaian *olshop* dibandingkan laki-laki dalam penelitian ini yaitu perempuan sebanyak 67 % dan laki-laki sebanyak 33 %.

4.2.2 Umur Responden

Pengolahan data berdasarkan umur yang telah dilakukan dimulai dari umur < 21 tahun sampai dengan umur > 56 tahun. Berikut pengelompokkan jumlah umur responden dapat dilihat berdasarkan Tabel 4.2

Tabel 4.2
Karakteristik Responden berdasarkan Umur

No	Umur Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1.	< 21 tahun	1	1,0%
2.	22-27	26	26,0%
3.	28-35	38	38,0%
4.	>36	35	35,0%
	Total	100	100

Sumber: Data Primer 2022 (di olah)

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa umur responden pada pedagang pakaian *olshop* di Banda Aceh yaitu berbeda-beda. Kebanyakan dari responden yaitu berumur 28-35 tahun sebanyak 38 orang atau 38,0% sedangkan paling sedikit yaitu umur < 21 tahun yaitu 1 orang atau 1,0%. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa usia yang paling banyak yaitu usia yang produktif, yaitu usia yang sangat baik untuk bekerja karena pada usia tersebut saat dimana giat-giatnya bekerja.

4.2.3 Jangka Waktu Dalam Penggunaan *Mobile Banking*

Berdasarkan jangka waktu penggunaan *mobile banking* responden peneliti membagi menjadi 3 kategori yaitu dimulai < 1 tahun, 1 tahun, sampai > 1 tahun. Berikut kategori penggunaan *mobile banking* dapat dilihat berdasarkan Tabel 4.3

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jangka Waktu

No	Jangka Waktu	Frekuensi	Persentase
1.	< 1 tahun	5	5,0 %
2.	1 tahun	16	16,0 %
3.	>1 tahun	79	79,0 %
	Total	100	100

Sumber : Data Primer 2022 (di olah)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa jangka waktu responden dalam penggunaan *mobile banking* pada pedagang pakaian *olshop* di Banda Aceh berbeda-beda. Kebanyakan responden menggunakan *mobile banking* yaitu dalam jangka waktu > 1 tahun yaitu berjumlah 79 orang, dan dalam jangka 1 tahun penggunaan berjumlah 16 orang, dan untuk yang paling sedikit dalam penggunaan *mobile banking* yaitu pada jangka waktu < 1 tahun yaitu berjumlah 5 orang. Dari tabel tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa responden sudah banyak yang menggunakan layanan *mobile banking* dengan jangka waktu yang lama yaitu diatas satu tahu

4.2.4 Alamat *olshop*

Pengolahan data primer berdasarkan alamat *olshop* yang peneliti lakukan di Banda Aceh terbagi kepada kecamatan yang ada di banda aceh yaitu ada 9 kecamatan meliputi: kecamatan Baiturrahman, Lueng Bata, Meuraxa, Kuta Alam, Banda Raya, Ulee Kareng, Syiah Kuala, Kuta Raja, dan Jaya Baru. Berikut pembagian alamat responden dapat dilihat berdasarkan Tabel 4.4

Tabel 4.4
Pembagian Alamat Olshop

No	Alamat	Frekuensi	Persentase
1.	Baiturrahman	33	33,0%
2.	Lueng Bata	10	10,0%
3.	Meuraxa	9	9,0%
4.	Kuta Alam	8	8,0%
5.	Banda Raya	9	9,0%
6.	Ulee Kareng	11	11,0%
7.	Syiah Kuala	7	7,0%
8.	Kuta Raja	6	6,0%
9.	Jaya baru	7	7,0%
	Total	100	100

Sumber : Data Primer 2022 (di olah)

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui responden berdasarkan alamat pada pedagang pakaian *olshop* di Banda Aceh yang menggunakan *mobile banking* berbeda-beda setiap kecamatannya. Kebanyakan responden yang memiliki *olshop* terdapat di kecamatan Baiturrahman yakni berjumlah 33 orang dan responden paling sedikit terdapat pada kecamatan Kuta Raja yaitu berjumlah 6 responden.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Analisis Deskriptif

Pada variabel kemudahan (X_1), efisiensi waktu (X_2), kepercayaan (X_3), penggunaan *mobile banking* (Y) ditentukan dengan ketentuan jika nilai rata-rata atau mean lebih besar dari standar deviasi maka penyebaran data dapat dikatakan berdistribusi normal atau tidak menyebabkan bias. Dapat dilihat berdasarkan tabel 4.5

Tabel 4.5
Analisis Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Kemudahan (X_1)	100	24	40	31,98	3,461
Efisiensi Waktu (X_2)	100	22	35	27,97	2,925
Kepercayaan (X_3)	100	22	35	28,81	2,813
Penggunaan Mobile Banking (Y)	100	31	45	39,15	2,691

Sumber : Data olahan dengan SPSS (2022)

Pada tabel 4.5 Menjelaskan kemudahan, efisisensi waktu dan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking* :

- a.) Pada variabel Kemudahan (X_1) dapat diketahui bahwa nilai minimumnya sebesar 24, nilai maksimumnya sebesar 40 dengan nilai rata-rata 31,98 dan standar deviasi sebesar 3,461. Pada variabel ini membuktikan bahwa nilai rata-rata lebih besar dibandingkan nilai standar deviasi dan memperlihatkan bahwa hal tersebut sangat baik. Hal ini meunjukkan bahwa standar deviasi memiliki penyimpangan yang sangat tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebarkan bias pada data.
- b.) Pada variabel Efisiensi Waktu (X_2) dapat diketahui bahwa nilai minimumnya sebesar 22, nilai maksimumnya sebesar 35 dengan nilai rata-rata 27,97 dan standar deviasi sebesar 2,925. Pada variabel ini membuktikan bahwa nilai rata-rata lebih besar dibandingkan nilai standar deviasi dan memperlihatkan bahwa

hal tersebut sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa standar deviasi memiliki penyimpangan yang sangat tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebarkan bias pada data.

- c.) Pada variabel Kepercayaan (X_3) dapat diketahui bahwa nilai minimumnya sebesar 22, nilai maksimumnya sebesar 35 dengan nilai rata-rata 28,81 dan standar deviasi sebesar 2,813. Pada variabel ini membuktikan bahwa nilai rata-rata lebih besar dibandingkan nilai standar deviasi dan memperlihatkan bahwa hal tersebut sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa standar deviasi memiliki penyimpangan yang sangat tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebarkan bias pada data.
- d.) Pada variabel Penggunaan *Mobile Banking* (Y) dapat diketahui bahwa nilai minimumnya sebesar 31, nilai maksimumnya sebesar 45 dengan nilai rata-rata 39,15 dan standar deviasi sebesar 2,691. Pada variabel ini membuktikan bahwa nilai rata-rata lebih besar dibandingkan nilai standar deviasi dan memperlihatkan bahwa hal tersebut sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa standar deviasi memiliki penyimpangan yang sangat tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebarkan bias pada data.

4.3.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a.) Uji Validitas

Berdasarkan analisis yang telah dibuat, maka hasil dari pengujian validitas dapat dilihat dari tabel dibawah ini. Dilihat dengan ketentuan jika r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel maka pernyataan dinyatakan valid. Untuk mencapai tingkat validitas itu sendiri, maka alat ukur yang harus memiliki tingkat validitas yang baik. Kemudian nilai validitas yang digunakan yaitu sebesar 0.05 atau 5% yang berarti r hitung $>$ r tabel maka penelitian tersebut telah memenuhi syarat validitas.

1. Kemudahan (X_1)

Dapat dilihat berdasarkan Tabel 4.6 keseluruhan variabel X_1 telah memenuhi ketentuan nilai validitas r hitung lebih besar dari r tabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Uji Validitas Pada Variabel Kemudahan

Variabel X_1	R hitung	R tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,614	0,196	Valid
Pertanyaan 2	0,651		Valid
Pertanyaan 3	0,799		Valid
Pertanyaan 4	0,830		Valid
Pertanyaan 5	0,874		Valid
Pertanyaan 6	0,760		Valid
Pertanyaan 7	0,772		Valid
Pertanyaan 8	0,717		Valid

Sumber: olahan dengan SPSS (2022)

Pada Tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa nilai yang didapatkan pada pertanyaan 1 hingga pertanyaan 8 adalah valid dikarenakan

nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Dapat dikatakan valid dikarenakan nilai r tabel yaitu 0,198. Sedangkan nilai r hitung melebihi dari 5 % atau 0,005. Hal ini dapat diketahui r hitung untuk $X_{1.1}$ sebesar 0,614, kemudian $X_{1.2}$ Sebesar 0.651, r hitung $X_{1.3}$ yaitu 0.799, r hitung $X_{1.4}$ 0.830, r hitung $X_{1.5}$ sebesar 0.874, r hitung $X_{1.6}$ sebesar 0,760, r hitung $X_{1.7}$ sebesar 0,772, r hitung $X_{1.8}$ sebesar 0.717. Dapat dikatakan valid dikarenakan hasil dari nilai r hitung $>$ nilai r tabel.

2. Efisiensi Waktu (X_2)

Berdasarkan ketentuan keseluruhan variabel X_2 telah memenuhi ketentuan nilai validitas r hitung lebih besar dari r tabel dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

Tabel 4.7
Uji Validitas Pada Variabel Efisiensi Waktu

Variabel X_2	R hitung	R tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,423	0,196	Valid
Pertanyaan 2	0,676		Valid
Pertanyaan 3	0,786		Valid
Pertanyaan 4	0,661		Valid
Pertanyaan 5	0,776		Valid
Pertanyaan 6	0,728		Valid
Pertanyaan 7	0,672		Valid

Sumber : Data olahan dengan SPSS (2022)

Pada Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai yang didapatkan pada $X_{2.1}$ hingga $X_{2.7}$ adalah valid dikarenakan nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel. Nilai r hitung melebihi dari nilai r tabel. Nilai r tabel itu sendiri yaitu 0,198 sedangkan nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel. Nilai dari r hitung yaitu $0,423 > 0,198$.

3. Kepercayaan (X_3)

Dapat dilihat berdasarkan Tabel 4.8 keseluruhan variabel X_3 telah memenuhi ketentuan nilai validitas r hitung lebih besar dari r tabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Uji Validitas Pada Variabel Kepercayaan

Variabel X_3	R hitung	R tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,529	0,196	Valid
Pertanyaan 2	0,653		Valid
Pertanyaan 3	0,713		Valid
Pertanyaan 4	0,748		Valid
Pertanyaan 5	0,742		Valid
Pertanyaan 6	0,709		Valid
Pertanyaan 7	0,666		Valid

Sumber : Data olahan SPSS (2022)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai yang didapat dari variabel $X_{3,1}$ hingga $X_{3,7}$ adalah valid dikarenakan nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel. Dapat dikatakan valid dikarebakan nilai r tabel yaitu 0,198. Sedangkan niai r hitung melebihi dari 5% atau 0,05. Hal ini dapat diketahui r hitung untuk $X_{3,1}$ sebesar 0,529, r hitung $X_{3,2}$ sebesar 0,653, r hitung $X_{3,3}$ sebesar 0,713, r hitung $X_{3,4}$ sebesar 0,748, r hitung $X_{3,5}$ sebesar 0,742, r hitung $X_{3,6}$ 0,709, r hitung $X_{3,7}$ sebesar 0,666. Dapat dikatakan valid karena hasil dari nilai r hitung > nilai r tabel.

4. Penggunaan *Mobile Banking* (Y)

Dapat dilihat berdasarkan Tabel 4.9 keseluruhan variabel Y telah memenuhi ketentuan nilai validitas r hitung lebih besar dari r tabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Penggunaan Mobile Banking

Variabel Y	R hitung	R tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,285	0,196	Valid
Pertanyaan 2	0,302		Valid
Pertanyaan 3	0,429		Valid
Pertanyaan 4	0,485		Valid
Pertanyaan 5	0,526		Valid
Pernyataan 6	0,689		Valid
Pernyataan 7	0,673		Valid
Pernyataan 8	0,750		Valid
Pernyataan 9	0,650		Valid
Pernyataan 10	0,461		Valid

Sumber : Data olahan dengan SPSS (2022)

Dapat dilihat Tabel 4.9 menjelaskan bahwa nilai yang didapat pada Y_1 hingga Y_{10} adalah valid dikarenakan nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel. Nilai r hitung melebihi r tabel. Nilai r tabel itu sendiri yaitu 0,198 sedangkan nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas disini digunakan dengan metode *Cronbach Alpha*. Pengujian ini dilihat dari r hitung $>$ r tabel maka dapat dikatakan reliabel, jika r hitung $<$ r tabel maka dapat dikatakan tidak reliabel. Hasil uji reliabelitas dapat dilihat berdasarkan Tabel 4.10

Tabel 4.10
Uji Reliabilitas

Variabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
X ₁	0,60	0,777	Reliabel
X ₂		0,772	Reliabel
X ₃		0,767	Reliabel
Y		0,731	Reliabel

Sumber : Data olahan dengan SPSS (2022)

Berdasarkan pada Tabel 4.10 disimpulkan bahwa Nilai *Cronbach Alpha* variabel X₁, variabel X₂, variabel X₃ dan variabel Y lebih besar dari nilai minimal *Cronbach alpha* 0,60. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel X₁, variabel X₂, variabel X₃ dan variabel Y dapat dikatakan reliabel atau handal jika memberikan nilai koefisien *Cronbach Alpha* > 0,60 batas minimal *Cronbach Alpha*. Semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu reliabel dikarenakan melebihi dari nilai minimal tersebut. Dari variabel kemudahan (X₁) nilai koefisien yaitu $0,777 > 0,60$, kemudian nilai koefisien dari variabel efisiensi waktu (X₂) yaitu $0,772 > 0,60$, kemudian nilai koefisien dari variabel kepercayaan (X₃) yaitu $0,767 > 0,60$, dan nilai koefisien dari variabel penggunaan *mobile banking* (Y) yaitu $0,731 > 0,60$.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

1. Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan statistic one sample Kolmogorov Smirnov, dapat dilakukan normalitas apabila ketentuan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Maka dapat dikatakan seluruh variabel memiliki nilai signifikan. Dapat dilihat dari Tabel 4.11

Tabel 4.11
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.18333552
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.061
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.183 ^c

Sumber : Data olahan dengan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel diatas setelah dilakukan Uji Normalitas dengan menggunakan statistic Kolmogorov-Smirnov, dengan nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,183 dan nilai signifikansi sebesar 0,05, sehingga H_0 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa ketentuan data yang digunakan berdistribusi normal dikarenakan memenuhi kualifikasi nilai signifikan.

2. Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji Glejser, dapat dikatakan heterokedastisitas apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Maka dapat dikatakan seluruh variabel memiliki nilai signifikan. Dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.12
Uji Heterokedaastisitas

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	2.581	.011
	Kemudahan	-.759	.450
	Efesiensi waktu	.849	.398
	Kepercayaan	-1.888	.062

Sumber : data olahan dengan SPSS (2022)

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa diketahui nilai signifikansi variabel kemudahan (X_1) $0,450 > 0,050$, kemudian nilai signifikan variabel efisiensi waktu (X_2) $0,398 > 0,050$, dan nilai signifikan variabel kepercayaan (X_3) $0,062 > 0,050$, sehingga H_0 tidak dapat ditolak dan dapat disimpulkan bahwa data penelitian tersebut tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

3. Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji model regresi untuk mengetahui ada dan tidaknya korelasi antar variabel independent. Namun dengan melihat uji multikolinieritas dalam penelitian ini menggunakan nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) dan *tolerance*. Dengan Ketentuan nilai

tolerance harus lebih besar dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) harus lebih kecil dari 10.00 dapat dilihat berdasarkan Tabel 4.13

Tabel 4.13
Uji Multikolinieritas

Model	Colinearity Statistic	
	Tollerance	VIF
Kemudahan (X_1)	0,813	1.229
Efesiensi Waktu (X_2)	0,754	1.326
Kepercayaan (X_3)	0,782	1,278

Sumber : Data olahan dengan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat model regresi bebas dari multikolinearitas, hal ini dapat dilihat dari nilai *tolerance* baik dari variabel Kemudahan (X_1) dengan nilai *tolerance* 0,813. pada variabel efesiensi waktu (X_2) yaitu 0,754 dan untuk variabel kepercayaan (X_3) dengan nilai sebesar 0,782. Hal ini memperlihatkan bahwa setiap variabel mempunyai nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai VIF pada variabel Kemudahan (X_1) adalah sebesar 1,229, sedangkan pada variabel efesiensi waktu (X_2) adalah 1.326 dan pada variabel kepercayaan (X_3) adalah sebesar 1,278 , sehingga hal ini memperlihatkan bahwa nilai VIF dari setiap variabel lebih kecil dari 10. Maka dari data atau nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terbebas atau tidak terjadinya multikolinieritas.

4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara kemudahan, efisiensi waktu dan kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking. Pengujian analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 4.14

Tabel 4.14
Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefecient		Standardized Coefecient	Sig
	B	Std Error	Beta	
Constant	19.380	2,827		0,000
Kemudahan (X ₁)	0,232	0,071	0,298	0,002
Efisiensi waktu (X ₂)	0,199	0,088	0,216	0,026
Kepercayaan (X ₃)	0,236	0,090	0,247	0,010

Sumber : Data olahan dengan SPSS (2022)

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

$$Y = 19,380 + 0,232 X_1 + 0,199 X_2 + 0,236 X_3 + e$$

- a. Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai dari konstanta mempunyai arah koefisien regresi yaitu sebesar 19,380 yang bermakna bahwa apabila kemudahan, efisiensi waktu dan kepercayaan konstan atau tetap, maka penggunaan *mobile banking* sebesar 19,380.

- b. Berdasarkan hasil perhitungan uji regresi linear berganda koefisien kemudahan (X_1) bernilai positif sebesar 0,232 yang artinya menunjukkan setiap kenaikan kemudahan bernilai positif sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan penggunaan *mobile banking* sebesar 23,2% dengan asumsi variabel bebas lain sama dengan nol atau tetap atau konstan.
- c. Berdasarkan hasil perhitungan uji regresi linear berganda koefisien efisiensi waktu (X_2) bernilai positif sebesar 0,199 yang artinya menunjukkan setiap kenaikan efisiensi waktu bernilai positif sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan penggunaan *mobile banking* sebesar 19,9% dengan asumsi variabel bebas lain sama dengan nol atau tetap atau konstan.
- d. Berdasarkan hasil perhitungan uji regresi linear berganda koefisien kepercayaan (X_3) bernilai positif sebesar 0,236 yang artinya menunjukkan setiap kenaikan kepercayaan bernilai positif sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan penggunaan *mobile banking* sebesar 23,6% dengan asumsi variabel bebas lain sama dengan nol atau tetap atau konstan.

4.3.5 Pengujian Hipotesis

1. Uji T (Uji Parsial)

Pengujian parsial atau uji T dengan ketentuan apabila nilai T hitung lebih besar dari nilai T tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka variabel dapat dikatakan berpengaruh signifikan. Dapat dilihat berdasarkan Tabel 4.15

Tabel 4.15
Uji T

Model	t_{hitung}	t_{tabel}	sig
Constant	6,856		0,000
Kemudahan (X_1)	3,250	1,984	0,002
Efisiensi Waktu (X_2)	2,263		0,026
Kepercayaan (X_3)	2,634		0,010

Sumber : Data olahan dengan SPSS (2022)

Hasil dari uji t untuk variabel Kemudahan (X_1) diperoleh t_{hitung} sebesar 3,250 dengan nilai profitabilitas sebesar 0,002. Nilai probabilitas $0,002 < 0,050$ dengan menggunakan signifikan (α) 0,050. Dengan demikian, $t_{hitung} (3,250) > t_{tabel} (1,984)$. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara Kemudahan (X_1) terhadap Penggunaan *mobile banking*.

Hasil dari uji t untuk variabel Efisiensi Waktu (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,263 dengan nilai profitabilitas sebesar 0,026. Nilai probabilitas $0,026 < 0,050$ dengan menggunakan signifikan (α) 0,050. Dengan demikian, $t_{hitung} (2,263) > t_{tabel} (1,984)$. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara efisiensi waktu (X_2) terhadap Penggunaan *mobile banking*.

Hasil dari uji t untuk variabel kepercayaan (X_3) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,634 dengan nilai profitabilitas sebesar 0,010. Nilai probabilitas $0,010 < 0,050$ dengan menggunakan signifikan (α) 0,050. Dengan demikian, $t_{hitung} (2,634) > t_{tabel} (1,984)$. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kepercayaan (X_3) terhadap Penggunaan *mobile banking*.

2. Uji F(Uji Simultan)

Pengujian simultan atau uji F dilakukan untuk melihat variabel independent secara simultan berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen dengan ketentuan jika nilai F hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai F tabel dan signifikan lebih kecil dari 0,05 dapat dilihat dari tabel berikut

Tabel 4.16
Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	244,822	3	81,607	16,601	0,000
Residual	47,929	96	84,916		
Total	716,750	99			

Sumber : Data olahan dengan SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.16 hipotesis di uji untuk melihat nilai signifikansi hasil pengujian analisis linear berganda. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sedangkan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari tabel tersebut dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa berpengaruh secara simultan karena f hitung $> f$ tabel atau $16,601 > 2,70$ terhadap penggunaan *mobile banking* syariah. Yang artinya kemudahan, efisiensi waktu dan kepercayaan berpengaruh secara bersama-sama terhadap penggunaan *mobile banking*.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel independent dengan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R Square*. Berikut berdasarkan tabel 4.17

Tabel 4.17
Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,584	0,342	0,321	2,217

Sumber: Data olahan dengan SPSS

Dapat dilihat berdasarkan pada tabel 4.17 menunjukkan bahwa hasil perhitungan nilai koefisien Determinasi (R^2) yaitu sebesar 0,342 atau 34,2% dan sisanya sebesar 65,85 dipengaruhi oleh variabel lainnya dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independent berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya. Hasil perhitungan uji korelasi yaitu 0,584. Uji koefisien determinasi pada intinya alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel. Hubungan antara kemudahan, efisiensi waktu dan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking* sangat berpengaruh besar dikarenakan menjadi pendukung dan pembantu antara satu variabel dengan variabel lainnya.

4.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian statistik, terlihat bahwa variabel-variabel independent secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengaruh kedua variabel tersebut bersifat positif dan signifikan, dengan kata lain kemudahan, efisiensi waktu dan kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan serta hasil penelitian sebelumnya. Pengaruh variabel tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kemudahan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

Kemudahan merupakan sesuatu hal yang harus dimiliki semaksimal mungkin. Dikarenakan dengan adanya kemudahan yang tinggi maka akan membuat pengguna yang memiliki layanan *mobile banking* tersebut jauh lebih baik dan memberikan hasil yang meningkat. Dengan adanya kemudahan yang memadai dalam penggunaan *mobile banking* maka pengguna atau pedagang *olshop* akan menggunakan layanan tersebut dan tetap bertahan pada satu komitmen. Semakin tinggi kemudahan yang diberikan maka semakin besar pula tingkat penggunaan *mobile banking* tersebut.

Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* dikarenakan dapat dibuktikan dengan hasil penelitian $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,250 > 1,984$. Nilai signifikansi yaitu $0,02 < 0,050$. Dalam penelitian ini terdapat pengaruh signifikan antara kemudahan (X_1)

terhadap penggunaan *mobile banking* (Y). Dikarenakan nilai signifikansi variabel X_1 lebih kecil dari 0,050 maka hipotesis H_0 ditolak dan hipotesis H_1 diterima. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan *mobile banking* bank syariah baik dikarenakan banyak pengguna yang puas akan kemudahan dari layanan *mobile banking*. Dapat dilihat berdasarkan hasil sebelumnya jumlah pengguna *mobile banking* tersebut setiap tahun ada peningkatan sehingga dapat dikatakan kemudahan dalam penggunaan *mobile banking* tergolong kuat. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fadlan (2018) H_1 membuktikan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Kemudian juga penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2019) hipotesis (H_1) membuktikan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Pengujian sebelumnya ini membuktikan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

2. Pengaruh Efisiensi Waktu Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil pengolahan data dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa efisiensi waktu berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* bank syariah dikarenakan hasil penelitian diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,263 > 1,984$. Nilai signifikansi yaitu $0,026 < 0,050$. Dalam penelitian ini terdapat pengaruh signifikansi antara variabel efisiensi waktu (X_1) terhadap

penggunaan mobile banking (Y) dikarenakan nilai signifikansi variabel (X_1) lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis H_0 ditolak dan hipotesis H_1 diterima. Efisiensi waktu merupakan suatu hal penting dalam menjaga minat penggunaan mobile banking. Jika pengguna mendapatkan efisiensi waktu yang tinggi ketika menggunakan layanan mobile banking, maka akan menjadi daya tarik bagi pengguna mobile banking tersebut.

Efisiensi waktu merupakan suatu yang perlu dimiliki oleh pengguna. Dikarenakan dengan adanya efisiensi waktu yang baik maka akan meningkatnya pengguna *mobile banking* tersebut dan tetap bertahan pada satu komitmen. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mukhtisar (2021) H_1 membuktikan bahwa efisiensi berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Winata (2018) H_2 membuktikan bahwa efisiensi berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Pengujian sebelumnya ini membuktikan bahwa efisiensi waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil pengolahan data dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking dikarenakan hasil penelitian diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,634 > 1,984$. Nilai signifikansi $0,010 < 0,050$. Dalam penelitian ini terdapat pengaruh signifikan antara variabel

kepercayaan (X_3) terhadap penggunaan *mobile banking* (Y). Dikarenakan nilai signifikasi variabel X_3 lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis H_0 ditolak dan hipotesis H_1 diterima. Kepercayaan merupakan suatu hal yang penting dalam penggunaan *mobile banking*. Jika nasabah tersebut merasa aman dalam menggunakan layanan *mobile banking*, maka akan menjadi daya tarik yang kuat bagi pengguna layanan tersebut.

Kepercayaan suatu yang perlu dimiliki oleh pengguna *mobile banking*. Dikarenakan dengan adanya kepercayaan yang baik dalam penggunaan layanan tersebut maka akan meningkatnya penggunaan dari layanan *mobile banking*. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Afifah (2017) hipotesis (H_1) membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan atau positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Hapis (2021) hipotesis (H_1) membuktikan terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking*. Pengujian sebelumnya ini membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Pengujian sebelumnya ini membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

4. Pengaruh Kemudahan, Efisiensi Waktu dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui bahwa kemudahan, efisiensi waktu dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal ini dapat

ditunjukkan melalui hasil penelitian yaitu untuk variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap variable Y. Perbandingan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dari nilai sig, bahwa nilai $F_{hitung} 16,601 > F_{tabel} 2,70$ dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Hasil perhitungan nilai koefisien Determinasi (R^2) yaitu sebesar 0,342 atau 34,2% dan sisanya sebesar 65,8 % dipengaruhi oleh variabel lainnya dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan variabel independent berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya seperti *brand equity* (Hapis, 2021), pengetahuan, manfaat (Ferbriani, 2020), keamanan , kemampuan sistem teknologi, tingkat keberhasilan transaksi (Adiwijaya, 2018) dan variabel lainnya. Hubungan antara kemudahan, efisiensi waktu dan kepercayaan sangat berpengaruh besar dikarenakan menjadi pendukung dan pembantu antara satu variabel dengan variabel lainnya.

Penggunaan dan pemakaian yang dapat disebut pula sebagai konsumen barang dan jasa. Dalam penelitian ini penggunaan adalah pemakaian pada fitur-fitur yang ada pada *mobile banking*. Menurut Warsita (2008) pemanfaatan atau penggunaan adalah tindakan menggunakan metode dan model instruksional, bahan dan peralatan media. Jika dalam penggunaan *mobile banking* pengguna tidak mendapatkan pelayanan yang baik maka pengguna tersebut akan menurunnya daya Tarik terhadap penggunaan *mobile banking* tersebut.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kuantitatif dengan menggunakan SPSS, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* bank syariah pada pedagang pakaian *olshop* di Banda Aceh dibuktikan dengan nilai probabilitas $0,002 < 0,050$ dengan menggunakan signifikan (α) 0,050. Faktor kemudahan yang baik sangat mempengaruhi peningkatan penggunaan dari *mobile banking*.
2. Efisiensi waktu berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* bank syariah pada pedagang pakaian *olshop* di Banda Aceh dibuktikan dengan nilai probabilitas $0,026 < 0,050$ dengan signifikasi (α) 0,050. Jika pengguna memiliki efisiensi waktu yang baik maka dapat meningkatkan penggunaan *mobile banking*.
3. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* bank syariah pada pedagang pakaian *olshop* di Banda Aceh dengan nilai probabilitas $0,010 < 0,050$ dengan signifikasi (α) 0,050.
4. Kemudahan, efisiensi waktu dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap penggunaa *mobile banking* bank syariah dengan nilai $f_{hitung} 16,601 > f_{tabel} 2,70$. Faktor yang menentukan meningkatnya penggunaan *mobile banking*

dipengaruhi oleh faktor kemudahan, efisiensi waktu dan kepercayaan yang baik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Bagi akademik diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk memberikan penjelasan mengenai pengaruh kemudahan, efisiensi waktu dan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking* bank syariah pada pedagang pakaian *olshop* dan diharapkan dapat menjadi sumber acuan yang dapat menambahkan wawasan bagi pembacanya.
2. Bagi mahasiswa sebagai referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya tentang penggunaan *mobile banking* bank syariah ini dan diharapkan mahasiswa lebih mengetahui bahwa praktik didalam perbankan berbeda dengan teori yang dipelajari dan dipraktikan, ini harus dipahami agar tidak terjadi penyimpangan dari syariat Islam.
3. Bagi pengguna *mobile banking* diharapkan dapat menjadi solusi untuk bertransaksi *online*, dikarenakan dengan adanya *mobile banking* ini dapat memudahkan, menghemat waktu serta cepat dan aman dalam bertransaksi *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Fian, Junai (2016). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan auto 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*: hlm 5-6.
- Ali, Hapis (2021). Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kemudahan dan Brand Equity terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Bank Syariah di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*. Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Amijaya, Gilang risky. 2010. “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi pada nasabah bank BCA)”. *Skripsi* Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Anshori, Abdul Ghofur (2008). *Aspek Hukum Reksa Dana Syariah di Indonesia*. Bandung: Refika Adiaman.
- Arifin, Zainul (2009). *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta : Azkia publisher.
- Audi, M. 2016. Adoption of Mobile Banking Applications in Lebanon. *Journal of internet Banking and Commerce* 21 (1):1-15.
- Crosby, Philip B. (1979). *Quality if free. The Art Of Making Certain Quality Certain*, New York : Mc-Graw hill book inc.
- Davis, F.D. (1989). *Informasi Seeking Behavior and Technology Acceptance Model (TAM)*. Brazil : Federal university of Paraiba.
- Dewi, Pertiwi (2017), Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan *Mobile Banking* di Kota Denpasar, *Jurnal Akuntansi*, 18(2)
- Fahmi, I.& Akbar, F. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen

Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Mnajemen*, 5(1):62-81

Febriani, Else Wili (2020). Pengaruh Pengetahuan Persepsi Manfaat, Keamanan terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah (studi Pada Mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung). *Skripsi*, Tulungagung: Institute Agama Islam negeri Tulungagung.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). Review of Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach. *The Journal of Social Psychology*.

Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Hadi, Syamsul. (2011). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*. Jogjakarta: Universitas Islam Indonesia.

Hapsara, R. F. 2015. Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi pada nasabah Bank BRI Kantor Cabang Solo Kartasura). *Naskah publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah*. Surakarta

Ifham, Ahmad (2015). *Ini lho Bank Syariah, Memahami Bank syariah dengan mudah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.

Ig. Dodiet (2021). *Hipotesis dan Variabel Penelitian*. Jakarta : Tahta Media Grup,

Igbaria (1995) perceived usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology; konsep Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal akuntansi universitas sebelas maret*

- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Karim, Adiwarman (2014). *Bank Islam: Analisis Fikih dan keuangan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada, edisi III.
- Kurniawati, Hanif astika., Winarno, Wahyu Agus., & Arif Alfi (2017). *Analisis minat penggunaan mobile banking dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang telah dimodifikasi*. Kalimantan: Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis universitas Jember (UNEJ). *E- Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, volume 4(1), 24-29.
- Meiranto. (2012). Faktor-Faktor Penerimaan Teknologi Yang Memengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan Mobile Wallet Di Kota Bandung. *Skripsi*
- Muhammad Ali Shobuni, Tafsir Ayat Ahkam, (Beirut : Dar al kutup Ilmiah) Jurnal, Cet. I (1), (272-273).
- Mutianah (2012). Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Technology Acceptance Model. Malang : Program studi Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang
- Panjaitan, Wanitia (2019). *Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking pada masyarakat kecamatan Medan Selayang*. Medan : Program studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.
- Prayono p. (2017). Diktat Kuliah Struktur Beton II (Berdasarkan SNI03-2847). Jember : Universitas Muhammadiyah Jember
- Qardhawi, Yusuf (2000). *Fawaidh al-Bunuk Hiya Riba*. Jakarta: Usamah Press.
- Rahayu, Priestiani Putri (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan mobile banking (Studi Empiris pada mahasiswa di Yogyakarta). *Skripsi*

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta:
Universitas Islam Indonesia.

Rahardjo, S. (2002). *Operasional E-money*. Jakarta: Bank Indonesia.

Ramadhan, M. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol 5(2). Semarang: Fakultas ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

Risky, Putra. (2018), Analisa Pengaruh *Mobile Banking* Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan Yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(1)

Rivai, V. H., Permata, V. A., & Idroes, F. N. (2001). *Bank and Financial Institution Management*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Riswanda, R. (2015). Faktor-Faktor Penerimaan Teknologi Yang Memengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan *Mobile Banking* Di Kota Bandung.

Riza, A., Hakim, L., & Eliana, E. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kepribadian, dan Reputasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Banda Aceh. *Jurnal EMT KITA*, 5(1), 19-30.

Rohmadloniyah. (2018). Consumers Intention to Use E-Money in Indonesia Based on Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *American-Eurasian Journal of Sustainable Agriculture*.

Rosita, Yulianti (2019). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, manfaat, ketersediaan fitur, biaya dan risiko terhadap penggunaan mobile banking di BNI Syariah KC Surakarta*. Surakarta : Institute Agama Islam Negeri Surakarta.

Sjadeni, Sutan Remy (2014). *Perbankan syariah : produk-produk dan aspek-aspek hukumnya*. Jakarta: Kencana, h.169.

- Sullivan, Arthur (2003). *Economics: principle in action. Upper Saddle River, New Jersey 07458: Prentice Hall*.hlm.15.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahatah, Husein (2009). *Al- masharif al- Islamiyah Baina al-Fikr wa at - Tathbiq*, Cairo : Dar al-nasr Lil jami'at.
- Thomson's Dictionary of banking, London : *The New Era Publishinh Co. Ltd.*, 11th ed., p. 45, bank.
- Utami, R. (2016). *Pengaruh Kualitas Sistem dan Layanan, Kepercayaan,Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Penggunaan E-Money. Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Akuntansi Universitas Islam Indonesia.
- Winata, Sangdaji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen - Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Winarno. (2003). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Yudin, Ahmad (2017). *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Mobile Banking Di Bank Syariah Indonesia Kc 3 Palangka Raya. Skripsi*,

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Kepada Yth Saudara/I Responden
Pedagang Pakaian *Olshop* Banda Aceh

Assalamualaikum Wr.Wb

Dalam rangka penelitian tugas akhir/strata (S1), Dengan ini saya :

Nama : Sifatul Ulya

Nim : 180603114

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Melalui kesempatan ini saya memohon kesediaan saudara untuk menjadi responden dan menjawab seluruh pernyataan yang disediakan (angket terlampir). Sehubungan dengan ini, maka jawaban responden diharapkan objektif karena tidak akan mempengaruhi status dan penilaian saudara sebagai responden. Hanya jawaban yang objektif dan realistislah yang saya butuhkan. Penelitian ini berjudul **“Pengaruh Kemudahan, Efisiensi Waktu, dan Kepercayaan terhadap penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah pada pedagang *online shop* pakaian di Banda Aceh”** yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, efisiensi waktu, dan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking* bank syariah pada pedagang *olshop* di Banda Aceh.

Demikianlah pengantar ini dibuat, atas ketersediaan dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih

Wassalamualaikum Wr.wb

Hormat saya
Sifatul Ulya

Tanggal pengisian:

.....
.....

Karakteristik Responden

A. Profil Responden

Petunjuk Pengisian: Berilah tanda **check list** (✓) atau tanda **silang** (X) pada pilihan jawaban yang ada:

1. Nama *olshop* :

.....
...

2. Jenis Kelamin : ☐ Pria ☐ Wanita

3. Alamat *Olshop* :

4. Usia :

☐ < 21 tahun

☐ 26-30 tahun

☐ 22-25 tahun

☐ > 31 tahun

5. Sudah berapa lama anda menggunakan *Mobile Banking*?

☐ < 1 tahun

☐ 2 tahun

☐ 3 tahun

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

6. Isilah data diri anda sebelum melakukan pengisian kuesioner.
7. Berikut ini keterangan alternatif pilihan jawaban yang tersedia, yaitu:

STS	Sangat Tidak Setuju
TS	Tidak Setuju
N	Netral
S	Setuju
SS	Sangat Setuju

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat dengan memberi tanda **check list** (✓) atau tanda **silang** (X) pada kotak yang disediakan dibawah ini :

1. Variabel Kemudahan (X_1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Masuk (<i>log-in</i>) ke aplikasi <i>mobile banking</i> sangat mudah dimengerti dan jelas					
2.	Akses layanan <i>mobile banking</i> cepat dan tidak membutuhkan waktu lama					
3.	Secara keseluruhan saya merasa sistem <i>mobile banking</i> mudah digunakan					
4.	Mempelajari tata cara menggunakan <i>mobile banking</i> sangat mudah bagi saya					

5.	Interaksi saya dengan <i>mobile banking</i> jelas dan dapat dimengerti					
6.	<i>Mobile banking</i> sangat membantu saya dalam pembayaran jarak jauh					
7.	Dengan adanya <i>mobile banking</i> saya bisa lebih cepat dan efektif dalam melakukan transaksi					
8.	Mengendalikan <i>mobile banking</i> sesuai dengan kebutuhan fitur yang saya inginkan					

2. Variabel Efisiensi Waktu (X₂)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Transaksi menggunakan <i>mobile banking</i> tidak membutuhkan waktu lama dan bisa digunakan untuk keperluan mendadak					
2.	<i>Mobile banking</i> bekerja dengan efektif dalam hal ketepatan waktu pengiriman sesuai dengan harapan saya					
3.	Layanan <i>mobile banking</i> sangat tepat digunakan untuk keperluan yang mendadak					
4.	Menggunakan <i>mobile banking</i> dapat mempercepat dalam bekerja					
5.	Menggunakan layanan <i>mobile banking</i> dapat mempercepat dalam melakukan transaksi					

6.	Transaksi menggunakan <i>mobile banking</i> bisa dilakukan kapan saja.					
7.	Menggunakan <i>mobile banking</i> meningkatkan kinerja saya					

3. Variabel Kepercayaan (X_3)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	<i>Mobile banking</i> merupakan perangkat yang sangat handal (akurat)					
2.	<i>Mobile banking</i> memiliki fitur yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas-tugas saya					
3.	Layanan <i>mobile banking</i> memberikan panduan yang kompeten (yang diperlukan) melalui fungsi bantuan					
4.	Layanan <i>mobile banking</i> menyediakan fitur yang dapat membantu penggunaanya dalam melakukan transaksi.					
5.	<i>Mobile banking</i> merupakan layanan yang efektif dan aman dalam melakukan transaksi					
6.	Saya percaya bahwa <i>mobile banking</i> mampu menjaga keamanan sistem dan mampu memenuhi kepuasan penggunaanya					
7.	<i>Mobile banking</i> memiliki kemampuan untuk melakukan apa yang ingin saya lakukan					

4. Variabel Penggunaan Mobile Banking (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mengakses <i>mobile banking</i> selama hari-hari biasa termasuk liburan					
2.	Saya mengakses <i>mobile banking</i> saat saya ingin melakukan transfer pembayaran utilitas publik (seperti tagihan listrik, telepon, dll)					
3.	Penggunaan <i>mobile banking</i> bisa digunakan untuk melihat keterangan saldo					
4.	Menggunakan <i>mobile banking</i> meningkatkan efektifitas dalam bekerja					
5.	Saya mengakses layanan <i>mobile banking</i> pembayaran transaksi antar olshop dan pembeli.					
6.	Saya mengakses layanan <i>mobile banking</i> hamper setiap hari					
7.	Aplikasi <i>mobile banking</i> dapat diakses dalam frekuensi penggunaan tertentu					
8.	Saya mengakses layanan <i>mobile baking</i> rata-rata 3 menit setiap kali mengunjunginya					
9.	Saya menyampaikan kepuasan terhadap <i>mobile banking</i> kepada keluarga dan teman					
10.	Menggunakan layanan <i>mobile banking</i> dapat menyelesaikan tugas lebih cepat.					

Lampiran 2 Karakteristik Responden

No.	Karakteristik	Kriteria	Jumlah
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	33 orang
		Perempuan	67 orang
2	Usia	< 21 tahun	1 orang
		22-27 tahun	26 orang
		28-35 tahun	38 orang
		>36 tahun	35 orang
3	Masa Penggunaan	<1 tahun	5 orang
		1 tahun	16 orang
		>1 tahun	79 orang
4	Alamat (Berdasarkan kecamatan di Kota Banda Aceh)	Baiturrahman	33 Orang
		Lueng Bata	10 Orang
		Meuraxa	9 Orang
		Kuta Alam	8 Orang
		Banda Raya	9 Orang
		Ulee Kareng	11 Orang
		Syiah Kuala	7 Orang
		Kuta Raja	6 Orang
		Jaya Baru	7 Orang

Jawaban Responden

- Tabulasi Variabel Kemudahan (X₁)

No	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	KN7	KN8	Total Kemudahan
1	4	4	4	4	4	4	5	4	33
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	3	4	4	4	4	3	4	30
5	4	3	4	4	4	3	3	4	29
6	4	3	4	4	4	4	2	3	28
7	4	4	4	4	4	4	3	4	31
8	5	5	5	4	4	4	4	2	33
9	5	4	5	5	5	4	5	4	37
10	5	5	5	5	5	4	4	4	37
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	5	5	5	5	5	4	3	4	36
13	5	4	4	4	4	4	4	4	33

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

57	4	3	4	4	4	4	3	3	29
58	4	4	4	4	4	4	3	4	31
59	4	4	4	4	4	4	3	3	30
60	4	4	4	4	4	4	3	3	30
61	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	5	5	4	4	4	4	3	3	32
63	3	3	3	3	3	3	3	3	24
64	4	4	4	4	4	4	4	3	31
65	3	3	3	3	3	3	3	3	24
66	4	4	4	4	4	4	4	3	31
67	4	4	4	4	4	4	3	3	30
68	4	3	4	4	4	4	4	4	31
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32
70	4	4	4	4	4	4	4	4	32
71	4	4	4	4	4	4	4	3	31
72	4	4	4	4	4	4	2	3	29
73	4	5	5	5	5	5	5	5	39
74	3	3	3	3	3	3	3	4	25
75	3	3	3	3	3	4	4	4	27
76	4	4	4	4	4	4	3	3	30
77	4	4	4	4	4	4	3	3	30
78	4	4	4	4	4	4	5	4	33
79	4	4	4	4	4	5	5	5	35
80	4	4	4	4	4	4	3	3	30
81	4	4	4	4	4	4	3	3	30
82	4	4	4	4	4	4	4	3	31
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32
84	4	4	4	4	4	4	4	4	32
85	4	4	4	4	4	4	3	2	29
86	4	4	3	3	3	3	3	3	26
87	4	3	4	4	4	4	4	4	31
88	4	4	4	5	5	5	4	4	35
89	4	4	4	5	5	5	5	5	37
90	4	4	4	5	5	5	5	5	37
91	4	3	4	4	3	4	3	3	28
92	4	4	4	4	4	3	3	3	29
93	4	4	4	4	4	4	4	4	32
94	4	4	4	4	4	4	4	3	31
95	4	4	4	4	4	4	3	3	30
96	4	4	4	4	4	4	3	3	30
97	4	4	3	3	4	4	4	4	30
98	4	4	4	4	4	4	4	3	31
99	4	4	5	4	5	5	5	5	37

100	4	4	4	4	4	4	2	3	29
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	----

• Tabulasi Data Efisiensi Waktu (X_2)

No	EU1	EU2	EU3	EU4	EU5	EU6	EU7	Total Efisiensi Waktu
1	4	4	4	4	4	4	5	29
2	5	5	5	5	5	5	5	35
3	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	4	4	3	3	3	25
6	4	4	4	4	4	4	3	27
7	3	3	3	3	4	4	4	24
8	4	3	3	4	4	4	4	26
9	4	3	4	4	4	4	5	28
10	4	4	4	3	3	4	4	26
11	4	4	4	4	3	3	3	25
12	4	4	3	3	3	4	4	25
13	4	4	4	4	4	3	3	26
14	4	4	3	4	4	4	4	27
15	4	5	4	4	4	4	4	29
16	5	4	4	4	3	3	4	27
17	4	4	4	4	4	5	5	30
18	4	4	4	4	4	4	4	28
19	4	4	4	4	3	4	4	27
20	5	4	4	4	4	4	4	29
21	4	4	4	4	4	4	4	28
22	5	4	4	4	4	4	4	29
23	4	4	5	4	4	4	4	29
24	4	4	3	5	5	5	5	31
25	4	4	4	4	4	4	5	29
26	4	3	3	4	3	3	3	23

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

59	4	3	4	4	4	4	5	28
60	4	4	4	4	4	4	4	28
61	4	4	4	4	4	4	5	29
62	5	4	4	4	4	4	4	29
63	4	4	3	3	3	3	3	23
64	4	3	4	4	4	4	3	26
65	4	3	4	4	4	4	4	27
66	4	3	4	4	4	5	5	29
67	4	4	4	4	4	4	4	28
68	4	4	4	4	4	4	4	28
69	3	3	3	3	4	4	4	24
70	4	5	5	4	4	4	4	30
71	4	4	4	5	4	4	5	30
72	4	4	4	4	5	4	4	29
73	3	4	5	5	5	5	5	32
74	4	4	4	4	4	4	4	28
75	4	3	3	4	4	4	4	26
76	4	3	4	4	4	4	4	27
77	4	3	3	4	4	4	4	26
78	4	4	4	4	4	4	3	27
79	5	5	5	5	5	5	5	35
80	4	4	4	4	4	4	4	28
81	4	3	4	4	4	4	4	27
82	3	3	4	3	4	3	3	23
83	4	4	4	4	4	2	4	26
84	4	5	5	5	5	5	5	34
85	3	4	4	4	4	4	3	26
86	3	4	4	4	4	4	4	27
87	4	4	4	4	4	3	3	26
88	4	4	4	4	4	4	4	28
89	5	4	4	4	4	4	4	29
90	5	5	5	5	5	5	5	35

91	4	4	4	4	5	5	5	31
92	4	3	4	4	4	4	4	27
93	4	4	5	5	4	4	4	30
94	4	4	4	4	4	4	4	28
95	4	4	4	4	4	4	4	28
96	4	3	5	5	5	4	3	29
97	4	3	4	4	4	4	4	27
98	4	3	4	4	4	4	4	27
99	5	5	5	5	5	5	5	35
100	4	3	3	4	2	2	4	22

• Tabulasi Data Kepercayaan (X_3)

No	KE1	KE2	KE3	KE4	KE5	KE6	KE7	Total Kepercayaan
1	4	4	3	4	4	3	3	25
2	5	5	5	5	5	5	5	35
3	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	4	5	5	4	3	29
6	3	4	4	4	4	3	3	25
7	4	4	4	4	4	4	4	28
8	4	4	4	4	4	3	3	26
9	4	4	4	4	4	5	4	29
10	4	4	4	4	4	3	3	26
11	3	4	5	5	5	5	5	32
12	4	3	3	3	3	3	3	22
13	3	4	4	4	4	4	3	26
14	4	4	3	3	3	4	4	25
15	4	5	3	4	5	5	5	31
16	4	4	4	4	4	2	2	24
17	5	5	5	5	5	5	4	34

18	4	4	4	4	4	3	3	26
19	4	4	4	3	4	4	4	27
20	4	3	3	3	3	3	4	23
21	4	4	4	4	4	4	4	28
22	4	4	4	5	5	5	4	31
23	4	4	4	5	4	4	4	29
24	5	4	4	4	4	4	4	29
25	5	4	4	4	4	4	4	29
26	2	4	4	4	4	4	3	25
27	5	4	5	5	5	5	5	34
28	4	4	5	5	5	4	4	31
29	4	5	5	5	5	5	5	34
30	5	5	5	4	4	4	4	31
31	4	4	4	4	4	4	4	28
32	3	4	4	4	4	4	4	27
33	4	5	5	5	4	4	4	31
34	3	3	4	5	5	5	5	30
35	4	4	4	4	5	5	5	31
36	5	5	5	4	4	4	4	31
37	4	4	4	4	4	4	4	28
38	4	4	5	5	4	4	4	30
39	4	4	4	4	4	4	4	28
40	5	5	5	5	4	4	4	32
41	4	4	4	4	4	4	4	28
42	4	4	4	4	5	4	4	29
43	4	4	4	3	4	4	4	27
44	5	5	5	5	5	5	5	35
45	4	4	4	4	4	4	4	28
46	4	4	4	4	4	4	4	28
47	5	5	5	5	5	5	5	35
48	5	4	4	4	4	4	4	29
49	3	3	4	4	4	4	4	26

50	3	3	4	4	4	4	4	26
51	3	4	4	4	5	5	5	30
52	2	4	4	4	4	4	4	26
53	4	4	5	5	5	4	4	31
54	4	4	4	4	4	4	4	28
55	4	5	4	5	4	4	4	30
56	3	4	4	4	4	4	4	27
57	4	4	4	4	4	4	4	28
58	3	3	4	4	4	4	4	26
59	5	5	4	4	4	4	4	30
60	4	3	4	4	4	4	4	27
61	5	5	5	4	4	4	4	31
62								29
63	4	4	4	4	4	5	4	25
64	4	4	4	4	3	3	3	26
65	3	3	4	4	4	4	4	28
66	4	4	4	4	4	4	4	30
67	5	4	4	4	4	4	5	28
68	4	4	4	4	4	4	4	27
69	3	4	4	4	4	4	4	29
70	5	5	4	3	4	4	4	26
71	4	4	4	3	3	4	4	30
72	4	4	4	4	4	5	5	27
73	3	4	4	4	4	4	4	26
74	4	4	4	3	3	4	4	25
75	4	4	4	3	2	4	4	27
76	3	4	4	4	4	4	4	26
77	4	4	4	3	3	4	4	29
78	5	5	4	4	3	4	4	29
79	3	4	4	4	5	5	4	33
80	5	4	4	5	5	5	5	26
81	3	3	4	4	4	4	4	28

82	4	4	4	4	4	4	4	29
83	4	4	4	4	4	4	5	32
84	4	4	4	5	5	5	5	35
85	5	5	5	5	5	5	5	28
86	4	4	4	4	4	4	4	27
87	3	3	5	4	4	4	4	31
88	3	4	5	4	5	5	5	26
89	4	4	4	3	3	4	4	30
90	4	5	5	4	4	4	4	32
91	4	5	5	5	5	4	4	29
92	4	5	4	4	4	4	4	28
93	4	4	4	4	4	4	4	29
94	4	4	4	4	4	4	5	26
95	4	3	4	3	4	4	4	33
96	5	5	5	5	5	4	4	30
97	4	4	4	4	5	5	4	30
98	3	4	4	5	5	5	4	31
99	4	4	5	5	5	4	4	33
100	5	5	5	5	5	4	4	30

• Tabulasi Data Penggunaan Mobile Banking (Y)

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total Penggunaan
1	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	36
2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	45
4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	42
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
6	4	4	4	4	4	3	2	3	5	4	37
7	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
8	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	36

9	4	4	2	4	4	3	5	3	2	5	36
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	43
12	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	39
13	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
14	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
15	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
16	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
17	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
18	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	35
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
24	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	41
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	43
27	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
28	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	40
29	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
31	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
32	3	4	3	4	4	4	2	2	1	4	31
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
35	5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	38
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
37	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37
38	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	36
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
41	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	37
46	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
47	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
48	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	36
49	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
51	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	41
52	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
53	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
55	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
56	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	35
57	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
58	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
59	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	36
60	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	34
61	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
62	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	38
63	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	33
64	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
65	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
66	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37
67	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
69	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
70	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38

71	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	37
72	4	4	3	4	4	2	2	4	4	4	35
73	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
75	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	36
76	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	39
77	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
78	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
79	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	45
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
82	4	4	3	4	4	1	3	3	3	5	34
83	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	36
84	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
85	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
86	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	34
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
88	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
90	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
91	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	40
92	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37
93	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	39
94	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	37
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
96	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	44
97	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
98	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
99	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	45
100	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38

Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a. Uji Validitas

1. Kemudahan (X_1)

		Correlations								
		X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	Kemudah an
X1.1	Pearson Correlati on	1	.59 3**	.70 5**	.60 6**	.59 3**	.31 0**	.21 3*	.14 6	.614**
	Sig. (2- tailed)		.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 2	.03 4	.14 8	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlati on	.59 3**	1	.55 5**	.55 5**	.52 7**	.35 3**	.36 0**	.23 1*	.651**
	Sig. (2- tailed)	.00 0		.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.02 1	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlati on	.70 5**	.55 5**	1	.86 0**	.83 1**	.53 1**	.39 7**	.31 4**	.799**
	Sig. (2- tailed)	.00 0	.00 0		.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 1	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlati on	.60 6**	.55 5**	.86 0**	1	.87 5**	.60 9**	.42 3**	.39 5**	.830**
	Sig. (2- tailed)	.00 0	.00 0	.00 0		.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X1.5	Pearson Correlation	.593**	.527**	.831**	.875**	1	.670**	.508**	.490**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.310**	.353**	.531**	.609**	.670**	1	.555**	.517**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.213*	.360**	.397**	.423**	.508**	.555**	1	.743**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.034	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.146	.231*	.314**	.395**	.490**	.517**	.743**	1	.717**
	Sig. (2-tailed)	.148	.021	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kemudahan	Pearson Correlation	.614**	.651**	.799**	.830**	.874**	.760**	.772**	.717**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										

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

2. Efisiensi Waktu (X_2)

		Correlations							
		X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6	X2. 7	Efesiensi_w aktu
X2.1	Pearson Correlati on	1	.46 8**	.36 4**	.27 4**	.06 1	- .02 5	.05 1	.433**
	Sig. (2- tailed)		.00 0	.00 0	.00 6	.54 3	.80 9	.61 6	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlati on	.46 8**	1	.65 3**	.43 0**	.29 7**	.21 6*	.20 7*	.676**
	Sig. (2- tailed)	.00 0		.00 0	.00 0	.00 3	.03 1	.03 9	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlati on	.36 4**	.65 3**	1	.64 5**	.49 3**	.38 4**	.28 1**	.786**
	Sig. (2- tailed)	.00 0	.00 0		.00 0	.00 0	.00 0	.00 5	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlati on	.27 4**	.43 0**	.64 5**	1	.57 1**	.44 1**	.39 6**	.761**
	Sig. (2- tailed)	.00 6	.00 0	.00 0		.00 0	.00 0	.00 0	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

X2.5	Pearson Correlation	.061	.297**	.493**	.571**	1	.734**	.552**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.543	.003	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	-.025	.216*	.384**	.441**	.734**	1	.694**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.809	.031	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.051	.207*	.281**	.396**	.552**	.694**	1	.672**
	Sig. (2-tailed)	.616	.039	.005	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Efisiensi_waktu	Pearson Correlation	.433**	.676**	.786**	.761**	.776**	.728**	.672**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).									

3. Kepercayaan (X₃)

		Correlations							
		X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	X3. 6	X3. 7	Kepercayaan an
X3.1	Pearson Correlation	1	.563**	.295**	.175	.078	.082	.206*	.529**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.081	.440	.420	.040	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.563**	1	.502**	.360**	.254*	.226*	.189	.653**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.011	.024	.059	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.295**	.502**	1	.595**	.464**	.319**	.296**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.000	.000	.001	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.175	.360**	.595**	1	.745**	.409**	.293**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.081	.000	.000		.000	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.078	.254*	.464**	.745**	1	.584**	.421**	.742**

	Sig. (2-tailed)	.440	.011	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.082	.226*	.319**	.409**	.584**	1	.793**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.420	.024	.001	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.206*	.189	.296**	.293**	.421**	.793**	1	.666**
	Sig. (2-tailed)	.040	.059	.003	.003	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Kepercayaan	Pearson Correlation	.529**	.653**	.713**	.748**	.742**	.709**	.666**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).									

4. Pengguna *Mobile Banking* (Y)

Correlations												
		Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Y. 6	Y. 7	Y. 8	Y. 9	Y. 10	Penggunaan_Mo bile_Banking
Y.1	Pears on Corre lation	1 94	.0 94	- .0	- .0	.1 73	- .0	.1 98	.1 92	.2 81	.1 35	.295**
	Sig. (2- tailed)		.3 52	.6 40	.6 35	.0 86	.8 50	.0 48	.0 56	.0 05	.1 80	.003
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100
Y.2	Pears on Corre lation	.0 94	1 94	.1 47	.1 67	.1 66	.1 01	.0 81	.0 79	.0 66	.1 19	.302**
	Sig. (2- tailed)	.3 52		.1 46	.0 98	.0 99	.3 17	.4 21	.4 35	.5 16	.2 38	.002
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100
Y.3	Pears on Corre lation	- .0	.1 47	1 47	.4 39	.1 42	.3 04	- .0	.1 09	.0 91	- .0	.429**

	Sig. (2- tailed)	.6 40	.1 46		.0 00	.1 60	.0 02	.9 01	.2 78	.3 67	.9 32	.000
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100
Y.4	Pearson Correlation	-.048	.167	.439	.11	.524	.274	.106	.103	.008	.122	.485**
	Sig. (2- tailed)	.635	.098	.000	.000	.006	.294	.309	.338	.926	.226	.000
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100
Y.5	Pearson Correlation	.173	.166	.142	.524	.161	.312	.206	.215	.138	.138	.526**
	Sig. (2- tailed)	.086	.099	.160	.000	.000	.034	.040	.053	.272	.172	.000
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100
Y.6	Pearson Correlation	-.019	.101	.304	.274	.361	.156	.523	.423	.284	.109	.689**

	Sig. (2- tailed)	.8 50	.3 17	.0 02	.0 06	.0 00		.0 00	.0 00	.0 04	.2 79	.000
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100
Y.7	Pearson Correlation	.1 98 *	.0 81	- 0 13	.1 06	.2 12 *	.5 56 **	1 34 **	.6 50 **	.3 75 **	.2	.673**
	Sig. (2- tailed)	.0 48	.4 21	.9 01	.2 94	.0 34 00	.0		.0 00	.0 00	.0 06	.000
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100
Y.8	Pearson Correlation	.1 92	.0 79	.1 09	.1 03	.2 06 *	.4 23 **	.6 34 **	1 72 **	.6 09 **	.3	.750**
	Sig. (2- tailed)	.0 56	.4 35	.2 78	.3 09	.0 40 00	.0 00	.0		.0 00	.0 02	.000
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100
Y.9	Pearson Correlation	.2 81 **	.0 66	.0 91	.0 08	.1 15	.2 84 **	.3 50 **	.6 72 **	1 90 **	.3	.650**

	Sig. (2- tailed)	.0 05	.5 16	.3 67	.9 38	.2 53	.0 04	.0 00	.0 00		.0 00	.000
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100
Y.10	Pears on Corre lation	.1 35	.1 19	- 09	.1 22	.1 38	.1 09	.2 75	.3 09	.3 90	1	.461**
	Sig. (2- tailed)	.1 80	.2 38	.9 32	.2 26	.1 72	.2 79	.0 06	.0 02	.0 00		.000
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100
Penggunaan_Mo bile_Banking	Pears on Corre lation	.2 95	.3 02	.4 29	.4 85	.5 26	.6 89	.6 73	.7 50	.6 50	.4 61	1
	Sig. (2- tailed)	.0 03	.0 02	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												

b. Uji Reabilitas

1. Kemudahan (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.777	9

2. Efisiensi Waktu (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.772	8

3. Kepercayaan (X_3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.767	8

4. Penggunaan Mobile Banking (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.731	11

Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik

1. Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.18333552
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.061
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.183 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

2. Heterokedastisitas dengan menggunakan uji Glejser

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	2.581	.011
	Kemudahan	-.759	.450
	Efesiensi waktu	.849	.398
	Kepercayaan	-1.888	.062
a. Dependent Variable: ABS_RES			

3. Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kemudahan	.813	1.229
	Efisiensi waktu	.754	1.326
	Kepercayaan	.782	1.278
a. Dependent Variable: Penggunaan_Mobile_Banking			



Lampiran 5

Uji Regresi Linear Berganda

1. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.380	2.827		6.856	.000
	Kemudahan	.232	.071	.298	3.250	.002
	Efesiensi waktu	.199	.088	.216	2.263	.026
	Kepercayaan	.236	.090	.247	2.634	.010
a. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking						

2. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	244.822	3	81.607	16.601	.000 ^b
	Residual	471.928	96	4.916		
	Total	716.750	99			
a. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking						
b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan, Efesiensi waktu						

3. Uji R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.584 ^a	.342	.321	2.217
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan, Efesiensi waktu				
b. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking				

Lampiran 6
R Tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 7 T Tabel

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741

Lampiran 8 F Tabel

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78

Lampiran 9

RIWAYAT HIDUP

Nama : Sifatul Ulya
Tempat/Tgl. Lahir : Banda Aceh, 15 Januari 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Belum Kawin
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam/Perbankan Syariah
Perguruan Tinggi : UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Alamat Rumah : Desa Jruek Balee, Kec. Indrapuri, Kab.
Aceh Besar
Telp/HP : 082211235832
Email : sifatululya15@gmail.com

Riwayat Pendidikan

2005 – 2006 : TK R.A. Nurul Hidayah
2006 – 2012 : MIN Bukit Baro II
2012 – 2015 : MTsN Jeureula
2015 – 2018 : SMAN 2 Unggul Ali-Hasjmy
2018– Sekarang : UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Banda Aceh, 19 Juli 2022

Penulis

Sifatul Ulya