

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN DAN RISIKO
TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN *MOBILE*
BANKING BANK ACEH SYARIAH CABANG SIMEULUE**



Diajukan Oleh:

FIRA RESPITA
NIM. 180603069

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M/1444 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Fira Respita
NIM : 180603069
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

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

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan 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 22 Desember 2022

Yang menyatakan,



Fira Respita
Fira Respita

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah
Dengan Judul:

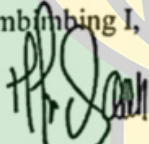
**Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Risiko Terhadap
Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking
Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue**

Disusun Oleh:

Fira Respita
NIM. 180603006

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

Pembimbing I,



Dr. Hafas Furgani, M.Ec
NIP. 198006252009011009

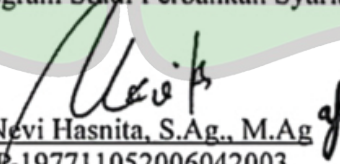
Pembimbing II,



Riza Aulia, S.E.I.M.Sc
NIP.198801302018031001

A R - Mengetahui, R Y

Ketua Program Studi Perbankan Syariah,



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

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL

Fira Respita
NIM. 180603006


Dengan Judul:

**Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Risiko Terhadap
Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking
Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue**

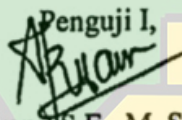
Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan
Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata satu (S-1) dalam Bidang Perbankan
Syariah

Pada Hari/Tanggal: Rabu, 28 Desember 2022 M
4 Jumadil Akhir 1444 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi


Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009


Riza Aulia, SE, M.Sc
NIP. 198801302018031001


Puji Aryani, S.E., M. Sc., Ph. D
NIDN. 1313036901


Winny Dian Safitri, M.Si
NIP. 199005242022032001



Mengetahui

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


Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



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

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

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

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Fira Respita
NIM : 180603006
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : muhammadakmal3836@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:

as Akhir Skrip

Yang berjudul:

Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue

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 : 28 Desember 2022

Mengetahui,

Penulis,

Fira Respita

NIM. 180603006

Pembimbing I,

Dr. Hafas Furgani, M.Ec

NIP. 198006252009011009

Pembimbing II,

Riza Aulia, SE, M.Sc

NIP. 198801302018031001

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbi 'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kenikmatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Salawat dan salam tidak lupa kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat yang telah membawa kita dari alam jahiliyah (kebodohan) ke alam yang penuh ilmu pengetahuan sehingga kita dapat merasakan nikmatnya iman, islam serta nikmat kemuliaan.

Dengan izin Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue”**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin agar skripsi ini dapat tersusun sesuai harapan, dalam proses penyelesaian skripsi ini tentunya bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry. sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk

memberikan bimbingan, memberikan arahan dan nasehat, memberikan saran dan masukan, serta memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Inayatillah, MA.EK selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah, Mukhlis, S.HI., S.E., M.H selaku admin Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Hafiizh Maulana, SP., S, HL., ME selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
5. Riza Aulia, S.E.I., M. Sc. selaku Pembimbing II sekaligus Penasehat Akademik yang telah banyak membantu memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini, memberikan waktu yang tidak terbatas dalam memberikan bimbingan, saran yang sangat baik sehingga penulis dapat dengan mudah memahami dan menyelesaikan skripsi ini, serta memberikan arahan yang sangat baik selama penulis menempuh pendidikan serta seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya dosen-dosen pengajar pada Program Studi Perbankan Syariah yang telah suka rela memberikan bantuan, dukungan, ilmu pengetahuan dan

bimbingan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan hingga akhir dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Kedua orang tua tercinta Ayahanda Jafriamin Ibunda Laswati yang senantiasa atas segala doa-doa, cinta kasih sayang, pengorbanan, dukungan, semangat, motivasi dan nasehat, mendidik dengan sangat sempurna dan kepada kakak penulis Fifi Susanti, S.Pd, abang penulis Angiel Fadlan, S.Pd dan adik penulis Farel Dusno Filanda, serta anak-anak kesayangan penulis M.Taqiyah Fidlan dan M.Haziq Fidlan yang senantiasa berada disisi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan program studi Perbankan Syariah
7. Kepada sahabat penulis Cilia Meliani, Paras Gita, dan Putri Bestari, terimakasih atas segala semangat, dukungan dan motivasi dikala susah dan senang. Seluruh teman-teman Perbankan Syariah 2018 yang sangat sering membantu banyak hal, terimakasih atas segalanya.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunianya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis hanya bisa mendoakan kepada Allah untuk membalas kebaikan seluruh pihak yang telah ikut serta, semoga kebaikan tersebut menjadi amalan yang mulia. Penulis menyadari penulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang dapat

membangun agar penelitian ini dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat. Aamiin ya Rabbal ‘Alamin.

Banda Aceh, 22 Desember 2022

Penulis,

Fira Respita



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P danK
Nomor: 158 Tahun 2019–Nomor: 0543 b/u/2019

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ع	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fatḥah</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>Fatḥah</i> dan ya	Ai
◌ِ و	<i>Fatḥah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauila*

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
ي / اَ	<i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

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

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

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

b. Ta *marbutah* (ة) mati

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

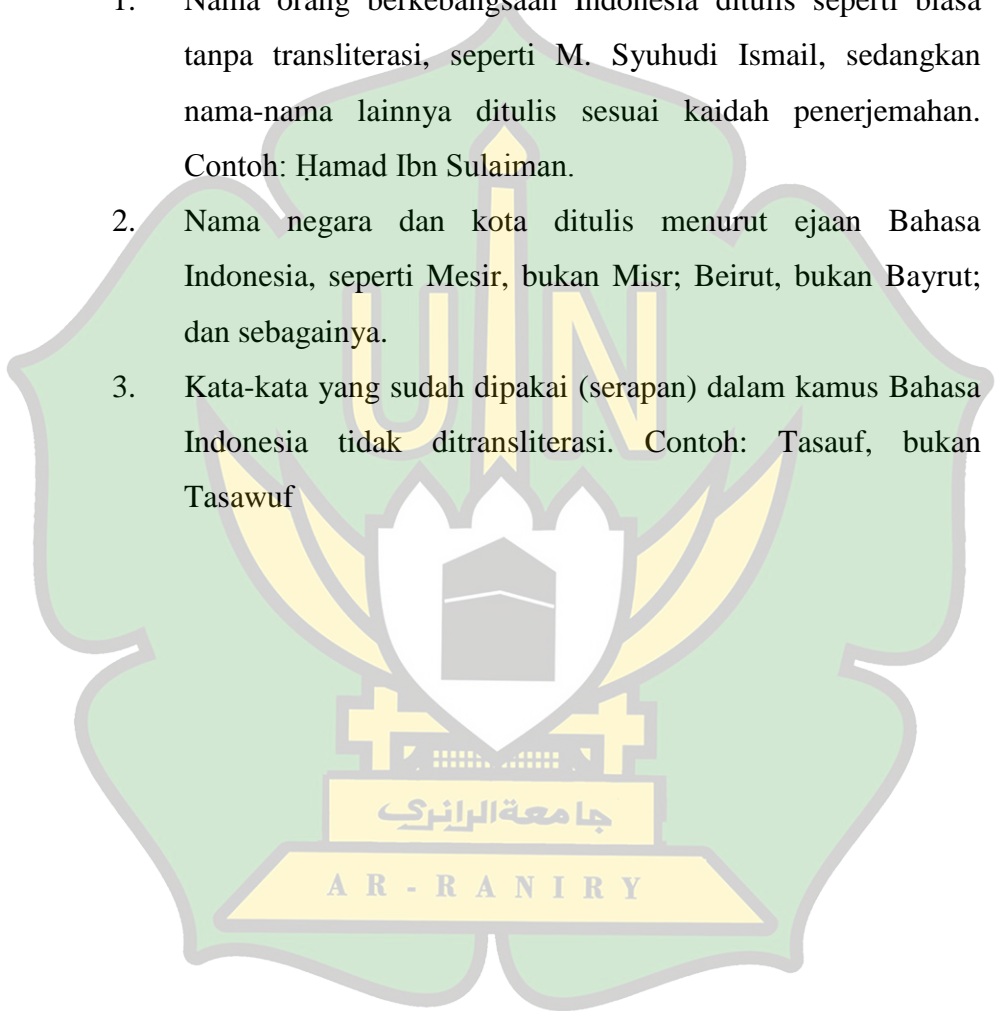
c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl*
 الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah*

**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 : Fira Respita
NIM : 180603069
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue Kareng.
Pembimbing I : Dr. Hafaz Furqani, M.Ec
Pembimbing II : Riza Aulia, S.E.I., M. Sc

Minat menggunakan *mobile banking* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mempengaruhinya yaitu persepsi kegunaan dan risiko. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kegunaan dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi mobile banking Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial Persepsi Kegunaan dan Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue. Secara simultan Persepsi Kegunaan dan Resiko bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 20% pengaruh persepsi kegunaan dan resiko terhadap minat penggunaan Mobile Banking Bank Aceh Syariah Cabang Simelue.

Kata kunci: *Persepsi, Kegunaan, Risiko, Minat.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	xi
ABSTRAK.....	xv
DAFTAR ISI	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness).....	14
2.1.1 Indikator Kegunaan.....	17
2.2 Persepsi Resiko.....	19
2.2.1 Indikator Risiko	22
2.2.2 Macam-Macam Risiko.....	23
2.2.3 Manfaat Mengelola Risiko.....	25
2.3 Minat.....	26
2.3.1 Indikator Minat	28
2.3.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat.....	30
2.3.3 Macam-Macam Minat.....	32
2.4 Mobile Banking.....	34
2.4.1 Pengertian Mobile Banking	34
2.4.2 Faktor-Faktor Penggunaan Mobile Banking.....	37
2.4.3 Kelebihan Dan Kekurangan Mobile Banking.....	41
2.4.4 Jenis-Jenis Mobile Banking	41
2.4.5 Aspek Produk/ Product dalam Mobile Banking ...	43

2.4.6 Aspek Kegunaan Produk Pada <i>Mobile Banking</i>	46
2.4.7 Kegunaan Produk <i>Mobile Banking</i>	47
2.4.8 Aspek Resiko Produk <i>Mobile Banking</i>	51
2.5 Penelitian Terdahulu.....	52
2.6 Kerangka Berpikir	60
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	61
2.7.1 Pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Aceh Syariah Simeulue.....	62
2.7.2 Pengaruh persepsi Resiko terhadap minat menggunakan <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Aceh Syariah Simeulue	63
2.7.3 Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Resiko Berpengaruh Simultan Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Pada PT. Bank Aceh Syariah Simeulue	64
BAB III METODE PENELITIAN.....	67
3.1 Jenis Penelitian	67
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	68
3.3 Populasi dan Sampel.....	69
3.3.1 Populasi.....	69
3.3.2 Sampel.....	70
3.4 Sumber Data	72
3.4.1 Data Primer	72
3.5 Instrumen Pengumpulan Data	72
3.5.1 Kuesioner (Angket).....	73
3.6 Definisi dan Operasional	74
3.6.1 variabel.....	74
3.6.2 Definisi Operasional	75
3.7 Tehnik Analisis Data	81
3.7.1 Uji Validitas	81
3.7.2 Uji Reliabilitas	82
3.7.3 Analisis Statistik Deskriptif	83
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	83
3.7.5 Koefisien Determinansi (R^2)	85
3.7.6 Analisa Regresi Berganda.....	85

3.7.7 Uji Hipotesis	86
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	89
4.1 Deskripsi Penelitian.....	89
4.1.1 Gambaran Umum	89
4.1.2 Karakteristik Responden	90
4.2 Uji Instrumen.....	93
4.2.1 Uji Validitas	93
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	95
4.3 Uji Asumsi Klasik	95
4.3.1 Uji Normalitas	95
4.3.2 Uji Multikolonieritas	96
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	97
4.4 Uji Linear Berganda	98
4.5 Hipotesis	100
4.5.1 Uji T (Parsial).....	100
4.5.2 Uji F (Simultan).....	101
4.5.3 Koefisien Determinasi R ²	102
4.6 Pembahasan	103
4.6.1 Pengaruh Variabel Kegunaan (X1) Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Y)	103
4.6.2 Pengaruh Variabel Risiko (X2) Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Y)	105
4.6.3 Pengaruh Variabel Kegunaan (X1) Dan Risiko (X2) Secara Simultan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Y)	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir 61



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	54
Tabel 3.1 Skala Likert.....	74
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	77
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	90
Tabel 4.2 Uji Validitas	93
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas.....	95
Tabel 4.4 Uji Normalitas	96
Tabel 4.5 Uji Multikolonieritas	97
Tabel 4.6 Uji Heteroskedastisitas	98
Tabel 4.7 Uji Linear Berganda	99
Tabel 4.8 Uji T Parsial.....	100
Tabel 4.9 Uji F Simultan	102
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi R^2	103



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	114
Lampiran 2. Karakteristik Responden	121
Lampiran 3. Tanggapan Responden	124
Lampiran 4. Uji Instrumen Penelitian Uji Validitas	134
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik	137
Lampiran 6. Uji Hipotesis Uji T (Parsial)	138



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa era globalisasi ini, banyaknya pengguna internet di Indonesia tentu tidak dipungkiri dapat mendorong negara lebih maju dan berkembang. Internet menjadi media di Indonesia untuk melakukan aktivitas transaksi dan bertukar informasi. Dalam dunia perbankan sistem teknologi juga membantu dalam segi pelayanan yang baik untuk menarik nasabah yaitu dengan memberikan kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan dalam melakukan transaksi secara online tanpa harus datang ke bank.

Indonesia adalah negara yang memiliki pengguna internet terbesar di Asia Tenggara. Internet di Indonesia saat ini sudah menjadi kebutuhan primer untuk para penggunanya. Jumlah masyarakat Indonesia yang terhubung ke internet juga terus bertumbuh. Studi yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia menyebutkan bahwa pada 2018 sebanyak 171 juta orang di Indonesia terhubung ke internet. Jumlah tersebut setara dengan hampir 65% dari total populasi. Penggunaan internet memungkinkan setiap orang dengan mudah dan cepat melakukan berbagai macam kegiatan. Tidak hanya terbatas pada melakukan transfer data, melainkan juga dapat melakukan berbagai macam transaksi perbankan. Salah satu produk perbankan yang

memanfaatkan perkembangan internet yaitu *mobile banking*. Tidak sedikit nasabah yang memiliki fasilitas *mobile banking* namun tidak pernah menggunakannya, karena pengoperasian sistem yang terkesan rumit dan tidak semua orang paham cara penggunaannya. *Mobile Banking* diciptakan untuk mempermudah transaksi, jika para nasabah yang sering melakukan transaksi jual beli paham akan cara penggunaannya dan menganggap layanan tersebut dapat mempermudah suatu transaksi maka layanan *Mobile Banking* akan diminati (Oktaviani, 2017:3).

Mobile banking adalah layanan perbankan yang diciptakan untuk melakukan berbagai macam transaksi tanpa harus datang ke bank. Menurut Ikatan Bankir Indonesia menyatakan bahwa *mobile banking* merupakan salah satu layanan yang diakses secara langsung melalui telepon seluler/*handphone* GSM (*Global for Mobile Communication*) dan menggunakan SMS (*Short Message Service*) sebagai kode OTP yang dimasukkan (IBI, 2013:71). *Mobile banking* merupakan suatu aplikasi perbankan yang menggunakan elektronik sebagai media perantara serta sarana penyedia multi channel. *Mobile banking* adalah aplikasi penyempurna dari aplikasi sebelumnya, *mobile banking* memiliki fitur yang sederhana dengan menggunakan *smartphone* sehingga semua arahan yang diberikan mudah dimengerti. Serta jaringan koneksi internet yang sudah terhubung pada aplikasi sehingga lebih efektif dari segi biaya, dimana tidak perlu mengeluarkan biaya pulsa untuk transaksinya (Dewi, 2019:2)

Penggunaan *mobile banking* dinilai menguntungkan bagi pihak bank dan juga nasabah. Semua transaksi menjadi lebih praktis, efektif serta efisien. Suryo mengatakan kelebihan *mobile banking* menggunakan jaringan pengaman ganda atau berlapis, yaitu dari operator yang menyediakan jaringan seluler dan jaringan perbankan itu sendiri, sehingga tidak perlu dikhawatirkan penggunaannya. Tetapi semakin banyak informasi pribadi yang harus diberikan dalam penggunaan *mobile banking*, maka semakin tinggi kemungkinan nasabah untuk menolak menggunakan *mobile banking*. Kondisi ini berakibat nasabah tidak dapat memaksimalkan manfaat dari penggunaan *mobile banking* (Hadi, 2015:56).

Perubahan akibat revolusi digital mengubah perilaku transaksi agen ekonomi. Pola konsumsi masyarakat mulai banyak bergeser ke belanja dalam platform digital. Sejak tahun 2017 sampai dengan desember 2019, transaksi *e-commerce* di Indonesia tumbuh secara signifikan mencapai 162%. Perubahan perilaku tersebut menuntut metode pembayaran yang serba *mobile*, cepat dan aman. Perubahan besar yang dibawa oleh arus digitalisasi berpeluang mendukung inklusi ekonomi dan keuangan serta memperkuat stabilitas. Pada era 4.0 Kita sebagai masyarakat dituntut untuk memanfaatkan serta menyesuaikan zaman yang serba digital. Dalam bidang keuangan, inovasi digital telah memunculkan perusahaan *fintech* yang menawarkan beragam layanan jasa keuangan salah satunya yaitu *mobile banking* (Oktaviani, 2017).

Antusias (minat) untuk menggunakan suatu teknologi baru dalam hal ini *mobile banking* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah persepsi-persepsi konsumen (nasabah) itu sendiri terhadap aplikasi *mobile banking*. Penelitian ini hanya memasukkan beberapa persepsi inti konsumen yang dianggap mampu mewakili alasan mengapa konsumen memiliki minat atau kurang memiliki minat terhadap penerimaan suatu teknologi baru. Persepsi persepsi tersebut adalah persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko (Oktaviani, 2017).

Salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi, dalam kasus mobilebanking, adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). Model TAM ini dikembangkan oleh Davis yang memperkenalkan 2 variabel kunci yaitu *perceived usefulness* (persepsi kebermanfaatan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) yang memiliki relevansi untuk memprediksi sikap penerimaan pengguna terhadap teknologi (Davis, 1989:318).

Beberapa penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan Aldhisa Amanda Sebayang (2017), Dwitya Pratiwi Wulandari (2018) dan Catharina oktaviani (2017) menyebutkan faktor-faktor yang dapat meningkatkan minat untuk menggunakan *Mobile Banking* yaitu faktor manfaat (kegunaan), kemudahan dan risiko ketiga faktor tersebut merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi nasabah menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut, peneliti menggunakan dua faktor yang mempengaruhi minat *mobile banking* yaitu persepsi kegunaan, dan persepsi risiko.

Alasan menggunakan faktor persepsi kegunaan (manfaat dan kemudahan), karena berdasarkan teori Davis, dua faktor tersebut merupakan faktor yang paling signifikan yang mempengaruhi keinginan atau minat untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Faktor persepsi risiko digunakan karena meskipun internet banking memberikan kemudahan dan transaksi cepat namun nasabah masih saja enggan untuk mengadopsi karena alasan keamanan dan privasi (Safeena, 2010:7). Semakin rendah risiko semakin tinggi minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Karena hal itulah maka peneliti ingin meneliti dan menguji ketiga faktor tersebut.

Sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) Secara teoritis, merupakan refleksi perasaan seseorang atas objek dalam kondisi baik atau buruk, menguntungkan atau merugikan. Perilaku (*behavior*) dilakukan karena individu mempunyai niat atau keinginan untuk melakukan atau niat berperilaku akan menentukan perilakunya. Niat berperilaku (*behavioral intention*) adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu atau kecenderungan seseorang untuk tetap menggunakan teknologi tertentu. Tingkat penggunaan teknologi seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misal

motivasi untuk tetap menggunakan maupun memotivasi penggunaan lain (Rahayu, 2017:86).

PT Bank Aceh Syariah sebagai salah satu institusi perbankan syariah di Aceh sangat menyadari bahwa pelayanan kepada nasabah harus disesuaikan dengan kemajuan pandangan teknologi. Terobosan-terobosan baru harus dirancang agar dapat terus berkembang dan bersaing atau paling tidak bisa mempertahankan eksistensi, artinya dengan bersentuhan pada teknologi maka PT Bank Aceh Syariah akan tetap dapat bersaing sehingga perlu penambahan jasa layanan *mobile banking*. Kita bisa melihat perkembangan yang terjadi dari tahun ke tahun mengalami peningkatan pada minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Tingginya penggunaan *mobile banking* oleh masyarakat di Aceh karena masyarakat sudah mulai terbuka untuk beralih menggunakan uang elektronik. Bank Indonesia (BI) melaporkan, total nilai transaksi uang elektronik di Indonesia sebesar Rp98,55 triliun pada September 2022. Nilai transaksi uang elektronik tersebut tercatat lebih tinggi 33,71% dibandingkan pada periode yang sama setahun sebelumnya. Pada September 2021, nilai transaksi uang elektronik tercatat sebesar Rp73,70 triliun (Bank Indonesia, 2022). Meskipun masyarakat Aceh sudah terbuka terhadap uang elektronik pada kenyataannya belum tentu semua pengguna *mobile banking* dapat memaksimalkan manfaat dari fitur-fitur yang terdapat dalam layanan perbankan tersebut atau *mobile banking*. Elektronifikasi diharapkan dapat memperpendek

proses transaksi dan mempermudah masyarakat dalam melakukan pembayaran. *Action Mobile Banking* merupakan inovasi terbaru yang ditawarkan Oleh PT. Bank Aceh Syariah pada akhir tahun 2020 dengan memanfaatkan jaringan internet sehingga masyarakat lebih mudah dalam melakukan berbagai transaksi perbankan seperti transfer dana, pembayaran tagihan telepon, PDAM, pembelian pulsa dan aktifitas lainnya dengan hanya menggunakan smartphone. Gaya hidup masyarakat sekarang dengan rutinitas serta mobilitas yang tinggi, dapat memudahkan penggunaannya untuk tidak perlu lagi mengantri di bank/ATM hanya untuk sekedar melakukan transaksi *non-cash* bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun.

Adanya layanan *mobile banking* Bank Aceh tentunya memberikan kegunaan bagi para nasabah. Namun disamping keuntungan yang ditawarkan transaksi menggunakan *mobile banking* tentunya memberikan beberapa permasalahan, misalnya adanya ketakutan jika tertipu, biaya yang besar ataupun permasalahan yang lainnya. Berbagai permasalahan tersebut dapat menimbulkan sikap ketidakpercayaan nasabah terhadap produk *mobile banking*. Dengan demikian masalah kepercayaan ini menjadi penting dalam menjaga keberlangsungan transaksi. Nasabah yang belum berfikir modern akan mengurungkan minatnya untuk menggunakan layanan tersebut. Mereka menganggap bahwa dengan menggunakan layanan *mobile banking* akan membutuhkan biaya, rumit serta mudah tertipu. Sehingga nasabah memilih untuk antri di bank dari pada memanfaatkan produk *mobile banking*. Hal

tersebut dapat terjadi karena sebagian nasabah belum memiliki rasa kepercayaan pada sistem atau jaminan keamanan dan kerahasiaan yang diberikan oleh perbankan pada layanan *mobile banking*. Sedangkan sebagian nasabah yang memiliki rasa kepercayaan terhadap bank yang meluncurkan layanan *mobile banking* tersebut tidak akan khawatir dalam menggunakan layanan tersebut, sehingga mereka berpikir akan lebih sedikit risiko yang akan ditimbulkan dari layanan tersebut. Risiko terjadinya jaringan yang lambat pada saat mengakses *mobile banking* menjadi perhatian bank untuk menarik minat nasabah.

Bank Aceh terus berupaya dalam menyelesaikan setiap keluhan dan pengaduan nasabah terkait permasalahan Layanan *mobile banking* sebagai bagian dari peningkatan pelayanan. Penyelesaian keluhan nasabah tetap mengedepankan musyawarah untuk mufakat. Bank Aceh Syariah memberikan respon maupun tanggapan terhadap setiap pengaduan maupun keluhan yang masuk dan menyelesaikan dengan baik. Respon nasabah terkait penggunaan *mobile banking* Bank Aceh seperti yang disebutkan di kolom komentar app store seperti “sangat bermanfaat dalam bertransaksi dan mendukung mengirim uang melalui aplikasi ini. semoga kedepan dapat ditingkatkan lagi”.

Action mobile banking ini menarik untuk dilakukan suatu penelitian untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Hal ini penting karena hasil penelitian ini dapat

memberikan petunjuk bagi industri perbankan, yaitu Bank Aceh Syariah untuk dapat merumuskan strategi pemasaran mereka, untuk menjaga konsistensi dan keunggulan kompetitif produk *mobile banking* di masa yang akan datang.

Penelitian yang dilakukan oleh Kusumastuti (2022) dalam “Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Tam)” yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Risiko berpengaruh negatif terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking. Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.

Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurpiani (2021) tentang “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking, variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking, dan variabel risiko tidak memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking.

Berdasarkan latar belakang dan hasil penelitian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait pengaruh persepsi konsumen (nasabah) terhadap minat menggunakan *mobile*

banking dalam penelitian yang berjudul “**Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue**”

1.2 Batasan Masalah

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang terfokus dan menghindari penafsiran yang tidak diinginkan atas hasil penelitian, maka penelitian ini dititikberatkan kepada pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada nasabah PT. Bank Aceh Syariah Simeulue. Dengan dipilihnya variabel bebas tersebut di atas dikarenakan variabel bebas tersebut diduga memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Aceh Syariah Simeulue yang sudah pernah menggunakan *mobile banking* atau minimal sudah mengetahui informasi tentang layanan *mobile banking* dan alasan penggunaan responden tersebut dikarenakan peneliti ingin mengetahui persepsi nasabah PT. Bank Aceh Syariah Simeulue secara objektif.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* pada nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue?
2. Apakah risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* pada nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue?
3. Apakah persepsi kegunaan dan risiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* pada nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* pada nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan risiko kegunaan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* pada nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan persepsi kegunaan dan risiko secara simultan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* pada nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat sebagai berikut: **Manfaat Akademisi:**

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan khazanah ilmu pengetahuan, khususnya terhadap mamfaat *Mobile Banking* dalam praktik perbankan syariah. Serta diharapkan juga dapat menjadi tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya terkait dengan *Mobile Banking*

Manfaat Praktis:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang Praktik dan konsep *Mobile Banking* serta pentingnya dalam perkembangan Perbankan syariah.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam kegiatan *Mobile Banking*.
3. Sebagai bahan kajian untuk pihak-pihak yang berkaitan didalamnya guna untuk terus dapat meningkatkan kualitas pelayanan perbankan syariah.

Manfaat kebijakan:

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi tambahan dan masukan untuk perkembangan keuangan dan perbankan syariah. Serta dapat menjadi pendorong dalam kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan lembaga keuangan syariah.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini dibagi menjadi 5 bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Ini adalah bagian yang menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah yang diangkat, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sifat sistematis penulisan

BAB II Tinjauan Pustaka

Bagian ini menjelaskan teori di balik penelitian dan hasil penelitian sebelumnya tentang *Mobile Banking*, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Pandangan Islam terkait *Mobile Banking*

BAB III Metode Penelitian

Bagian ini menjelaskan metode yang digunakan, sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bagian ini menjelaskan terkait hasil penelitian dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan terkait *Mobile Banking* pada perbankan syariah

BAB V Penutup

Merupakan bagian terakhir dalam penulisan skripsi. dalam bab ini menjelaskan secara singkat kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian serta memberikan saran mengenai penelitian dan penutup.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Perceived usefulness didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya (Davis, 1993). Disebutkan pula pada Davis *et al.* (1989) persepsi terhadap kemanfaatan sebagai kemampuan subjektif pengguna di masa yang akan datang di mana dengan menggunakan sistem aplikasi yang spesifik akan meningkatkan kinerja dalam konteks organisasi. Hal serupa juga diungkapkan Shun Wang *et al.* (2003) bahwa persepsi kemanfaatan merupakan definisi dimana seseorang percaya dengan menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja mereka. Davis (1989) mengkonsepkan bahwa *perceived usefulness* diukur melalui indikator seperti meningkatkan kinerja pekerjaan, menjadikan pekerjaan lebih mudah serta secara keseluruhan teknologi yang digunakan dirasakan bermanfaat. Dalam Yahyapour (2015) ditambahkan bahwa *perceived usefulness* dapat diukur dengan indikator meningkatkan produktivitas, menjadikan kerja lebih efektif, dan pekerjaan menjadi lebih cepat. Sikap menggunakan teknologi (*attitude toward us*).

Menurut Jogiyanto (2017) persepsi kegunaan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya.

Persepsi kegunaan merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan memberikan manfaat atau memberikan dampak positif yang nantinya akan didapat apabila menggunakan teknologi tersebut Menurut Davis (dalam Ahmad dan Pambudi 2014) persepsi kegunaan didefinisikan sebagai suatu tingkatan di mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatnya kinerjanya dalam bekerja, artinya bahwa adanya manfaat dari fasilitas internet banking akan mampu meningkatkan produktivitas kinerja bagi orang yang menggunakan fasilitas tersebut.

Dari definisi diketahui bahwa kegunaan persepsian merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Konsep ini juga menggambarkan manfaat sistem bagi pemakainya yang berkaitan dengan produktivitas, kinerja tugas atau efektivitas, pentingnya bagi tugas, dan kebermanfaatannya secara keseluruhan.

Dashti et.al. (2016) dalam Athapaththu dan Kulathunga (2018) mengemukakan *perceived usefulness* dapat diukur sebagai berikut:

- 1) Memiliki kegunaan dalam melakukan pembelian produk atau jasa *useful to buy products or services*

- 2) Mendukung kemudahan dalam mencari dan membeli produk atau jasa (makes it easier to search and purchase products or services)
- 3) Mampu meningkatkan kinerja dalam menilai produk atau jasa (improves performance in assessing products)
- 4) Memungkinkan menemukan produk baru dan mendapatkan ide belanja lebih cepat (enables to discover new products and get shopping idea more quickly)

Menurut Jimenez et al., (2016) dalam penelitian Andrian Septa Yogananda dan I Made Bayu Dirgantara (2017:4) mengemukakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan terdiri dari tiga indikator, yaitu:

1. Mudah untuk dipelajari.
Merupakan kondisi dimana kemudahan yang dirasakan bahwa suatu sistem yang baru mudah untuk dipelajari.
2. Mudah untuk didapatkan.
Merupakan suatu kondisi dimana sistem baru yang akan digunakan mudah untuk diperoleh.
3. Mudah untuk dioperasikan.
Merupakan kondisi dimana sistem baru yang akan digunakan akan mudah dalam pengoperasiannya.

Menurut Sun dan Zhang (2011) dalam penelitian Wibowo (2015:444) mengemukakan bahwa terdapat empat item Dimensi persepsi kemudahan penggunaan:

1. Mudah untuk dipelajari (*ease to learn*)

Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa penggunaan sistem baru yang baru dapat dengan mudah untuk dipelajari.

2. Mudah digunakan (*ease to use*)

Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa penggunaan sistem baru yang baru mudah untuk digunakan.

3. Jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*)

Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa sistem yang baru mudah untuk dimengerti.

4. Menjadi terampil (*become skillful*)

Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa dengan menggunakan sistem baru akan menjadi individu yang terampil dalam penggunaan teknologi.

2.1.1 Indikator Kegunaan

Persepsi kegunaan pada diri nasabah terkait dengan penggunaan aplikasi Mobile Banking adalah ketika Mobile Banking dirasa dapat meningkatkan efektifitas transaksi perbankan. Maksud dari hal tersebut adalah ketika menggunakan aplikasi Mobile Banking maka nasabah dapat menghemat tenaga dan waktu yang digunakan dalam bertransaksi, karena dapat dilakukan kapan pun, dimanapun hanya dengan menggunakan smartphone dan nasabah tidak perlu datang langsung ke ATM atau kantor cabang perbankan terdekat. Jadi semakin tinggi persepsi kegunaan aplikasi

Mobile Banking maka nasabah perbankan akan semakin berminat dalam menggunakan aplikasi Mobile Banking.

Menurut Davis dalam Irmadhani & Adhi (2012) mengkonsepkan bahwa *perceived usefulness* diukur melalui indikator:

1) Meningkatkan kinerja pekerjaan

Menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya,. dapat. dijelaskan. bahwa pemanfaatan suatu sistem teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja penggunaannya dan pengguna akan memanfaatkan sistem teknologi informasi tersebut apabila terbukti bermanfaat dalam pekerjaannya.

2) Menjadikan pekerjaan lebih mudah

Menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi dapat mendukung kinerja karyawan dalam suatu instansi.

3) Teknologi yang digunakan dirasakan bermanfaat.

Penggunaan suatu teknologi dirasakan manfaatnya bagi orang yang menggunakannya

4) Meningkatkan produktivitas

Produktivitas kerja dapat diartikan sebagai hasil konkrit yang dihasilkan oleh individu atau kelompok, selama satuan waktu tertentu dalam suatu proses kerja

5) Menjadikan kerja lebih efektif

Tercapainya tujuan dan sasaran yang telah ditentukan sebelumnya dalam batas waktu yang telah ditetapkan untuk pencapaian.

6) Pekerjaan menjadi lebih cepat

Menggunakan sebuah teknologi akan meningkatkan kinerja, dan membantu menyelesaikan pekerjaan secara cepat

2.2 Persepsi Resiko

Menurut Bank Indonesia, risiko adalah potensi kerugian akibat terjadinya suatu peristiwa (*events*) tertentu. Risiko juga dapat dianggap sebagai kendala/penghambat pencapaian suatu tujuan, dengan kata lain risiko adalah kemungkinan yang berpotensi memberikan dampak negative kepada sasaran yang ingi dicapai. Menurut Herman Darmawani risiko dapat didefinisikan sebagai bentuk keadaan yang akan terjadi nantinya (*future*) dengan keputusan yang diambil berdasarkan berbagai pertimbangan saat ini. Risiko selalu dijadikan barometer utama untuk dianalisis jika keputusan dilakukan (Herman, 2013).

Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan risiko merupakan persepsi-persepsi nasabah tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan. Manfaat suatu produk dapat dijadikan dasar untuk melakukan segmentasi pasar, disebut *benefit segmentation*.

Manfaat negative yang dirasakan oleh nasabah disebut juga sebagai risiko yang akan didapat oleh nasabah akibat menggunakan atau tidak menggunakan suatu produk. Nasabah seringkali merasakan manfaat tersebut, inilah yang disebut sebagai persepsi risiko. Persepsi risiko terdiri atas risiko fungsi, risiko keuangan, risiko fisik, risiko psikologis, risiko sosial, risiko waktu dan risiko kehilangan kesempatan. Pengetahuan tentang manfaat apa yang diketahui atau yang dicari oleh konsumen (nasabah) dari suatu produk memberikan implikasi penting bagi strategi pemasaran (Firmansyah, 2018).

Risiko dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya akibat buruk (Kerugian) yang tidak diinginkan, atau tidak terduga. Dengan kata lain “Kemungkinan” itu sudah menunjukkan adanya ketidakpastian. Ketidak pastian itu merupakan kondisi yang menyebabkan tumbuhnya resiko. Hal ini timbul karena berbagai sebab, antara lain :

- a. Jarak waktu mulai perencanaan atas kegiatan sampai kegiatan berakhir. Makin panjang jarak waktu makin besar ketidak pastiannya
- b. Keterbatasan tersedianya informasi yang diperlukan. Seperti panduan dalam menggunakan suatu teknologi
- c. Keterbatasan pengetahuan/ keterampilan/teknik mengambil keputusan. Pengetahuan sangatlah penting dalam menggunakan teknologi baru.

Risiko yang sudah diperkirakan sudah diperhitungkan sebagai bagian dari biaya untuk menjalankan bisnis. Risiko juga dapat dianggap sebagai kendala/penghambat pencapaian suatu tujuan. Dengan kata lain, risiko adalah kemungkinan dari suatu tindakan atau peristiwa yang dapat membawa dampak yang kurang baik pada laba, modal dan kelangsungan hidup organisasi perbankan. Kemungkinan akibat tersebut secara langsung dapat berdampak pada hilangnya laba atau erosi modal terhadap kemampuan bank untuk mencapai tujuannya. Dengan adanya kendala-kendala tersebut, maka hal itu dapat merintangikan kemampuan suatu bank untuk melakukan bisnisnya, maka diharapkan setiap manajer organisasi harus dapat memastikan bahwa risiko organisasinya terjamin (Supriyono, 2016).

Risiko berhubungan dengan sistem keamanan pada layanan *mobile banking*. Saat keamanan dalam sistem tersebut lemah, maka hal ini dapat membuat nasabah cemas dan ragu untuk memberikan nomor rekening mereka dan informasi penting lainnya melalui sistem layanan *mobile banking*. Dapat dikatakan bahwa transaksi online memiliki risiko yang tinggi, karena nasabah tidak dapat melakukan transaksi secara tatap muka dan mereka juga tidak dapat memastikan apakah transaksi yang telah dilakukannya telah diproses secara tepat waktu atau tidak.

Sebelum menggunakan layanan *mobile banking*, nasabah pasti telah mempertimbangkan kemungkinan berbagai risiko. Seperti risiko bocornya PIN dan data pribadi nasabah, risiko dari

serangan virus, salah kirim atau bahkan nasabah melakukan salah ketik. Namun, semua risiko tersebut dapat diminimalisir, baik dari pihak bank ataupun dari nasabahnya. Untuk mencegah terjadinya kebocoran PIN dan data pribadi, maka pihak bank dapat memberikan pengamanan yang berlapis-lapis agar pihak ketiga tidak dapat mencuri data nasabah (Syamsul & Novi, 2015).

2.2.1 Indikator Risiko

Risiko berhubungan dengan sistem keamanan pada layanan mobile banking. Saat keamanan dalam sistem tersebut lemah, maka hal ini dapat membuat nasabah cemas dan ragu untuk memberikan nomor rekening mereka dan informasi penting lainnya melalui sistem layanan mobile banking. Dapat dikatakan bahwa transaksi online memiliki risiko yang tinggi, karena nasabah tidak dapat melakukan transaksi secara tatap muka dan mereka juga tidak dapat memastikan apakah transaksi yang telah dilakukannya telah diproses secara tepat waktu atau tidak.

Sebelum menggunakan layanan mobile banking, nasabah pasti telah mempertimbangkan kemungkinan berbagai risiko. Seperti risiko bocornya PIN dan data pribadi nasabah, risiko dari serangan virus, salah kirim atau bahkan nasabah melakukan salah ketik. Namun, semua risiko tersebut dapat diminimalisir, baik dari pihak bank ataupun darinasabahnya. Untuk mencegah terjadinya kebocoran PIN dan data pribadi, maka pihak bank dapat memberikan pengamanan yang berlapis-lapis agar pihak ketiga tidak dapat mencuri data nasabah (Pertiwi & Adhivinna, 2014).

Menurut Fita & Vidya (2014) terdapat beberapa indikator dari risiko yaitu :

- 1) Keamanan bertransaksi, dalam artian pihak bank bisa melindungi informasi personal atau data pribadi nasabah yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang.
- 2) Kenyamanan bertransaksi, dengan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi yang mana akan memudahkan nasabah melakukan transaksi kapanpun dan dimana pun, maka hal itu akan memberikan keuntungan kepada nasabah. Dengan keuntungan tersebut akan membuat nasabah merasa nyaman dalam melakukan transaksi tersebut.
- 3) Tinggi risiko nasabah, apabila dalam melakukan transaksi risiko yang didapatkan nasabah semakin tinggi, maka hal itu akan menurunkan minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.

2.2.2 Macam-Macam Risiko

Menurut Rustam (2013) pengelolaan risiko yang mungkin timbul dalam operasional perbankan meliputi :

- 1) Risiko Likuiditas

Risiko likuiditas adalah risiko yang dihadapi bank yang terjadi akibat ketidakmampuan bank dalam memenuhi kewajiban perusahaan yang sudah jatuh tempo dari berbagai sumber pendanaan arus kas dan kemampuan

perusahaan untuk memenuhi permintaan kredit yang diajukan tanpa terjadinya pengangguhan.

2) Risiko Pasar

Risiko pasar merupakan risiko yang dihadapi bank yang timbul akibat berubahnya kondisi pasar yang meliputi tingkat suku bunga, risiko nilai tukar, risiko komoditas dan risiko ekuitas.

3) Risiko Kredit

Risiko kredit ini terjadi akibat kegagalan yang terjadi pada debitur ataupun pihak lain dalam memenuhi kewajibannya kepada pihak bank.

4) Risiko Operasional

Risiko operasional ini terjadi karena kerugian yang diakibatkan oleh pengendalian internal yang kurang memadai, kegagalan proses internal, *human* error, kegagalan sistem atau kejadian-kejadian lain yang mempengaruhi operasional bank.

5) Risiko Hukum

Risiko hukum terjadi akibat adanya tuntutan hukum atau kelemahan aspek yuridis seperti karena adanya tuntutan secara hukum dan ketidakpastian peraraturan perundang-undangan yang mendukung atau kelemahan perikatan.

6) Risiko Reputasi

Risiko ini terjadi akibat menurunnya tingkat kepercayaan pemangku kepentingan bank (nasabah, debitur, investor, regulator dan masyarakat umum) yang bersumber dari persepsi negatif terhadap bank.

7) Risiko Strategis

Risiko ini terjadi akibat ketidaktepatan dalam pengambilan atau pelaksanaan suatu keputusan strategi serta kegagalan dalam mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis.

8) Risiko Kepatuhan

Risiko kepatuhan muncul akibat bank tidak mematuhi peraturan perundang-undangan, ketentuan yang berlaku dan prinsip syariah.

2.2.3 Manfaat Mengelola Risiko

Apabila bank syariah mampu mengelola risikonya dengan baik dan profesional, ada banyak manfaat yang bisa diperoleh bank tersebut yaitu:

- 1) Bank dapat terhindar dari berbagai kerugian yang tidak diperlukan, menghemat biaya, terjaminnya kestabilan laba yang diharapkan, dan terhindarnya bank dari kegagalan bisnis dan kebangkrutan usaha.
- 2) Keberlangsungan bisnis bank lebih terjamin, terciptanya pertumbuhan yang berkelanjutan, penggunaan terbaik atas sumber daya bank dan memungkinkan bank fokus pada pemberian layanan terbaik dan inovasi.

- 3) Proses bisnis bank berjalan sesuai, apabila terjadi penyimpangan dan gangguan operasi, bank dapat segera mengantisipasi dan memberikan solusi tepat waktu.
- 4) Terbangunnya reputasi bank di mata masyarakat. Bank dikenal dengan intuisi yang amanah dan profesional, dengan adanya reputasi ini, maka akan mendorong investor dan nasabah berlomba-lomba mempercayakan dananya untuk dikelola (Imam dkk, 2013).

2.3 Minat

Dalam kehidupan ini kita akan selalu berkomunikasi atau selalu berhubungan dengan orang lain, benda, situasi dan aktivitas-aktivitas yang terdapat disekitar kita. Dalam berhubungan tersebut kita mungkin bersikap menerima, menolak atau membiarkannya. Apabila menaruh minat, itu berarti kita menyambut atau bersikap positif dalam berhubungan dengan objek atau lingkungan tersebut dengan demikian maka akan cenderung untuk memberi perhatian dan melakukan tindakan lebih lanjut. Secara sederhana minat dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam batasan tersebut terkandung suatu pengertian bahwa di dalam minat ada pemusatan perhatian subjek, ada usaha (untuk mendekat/mengetahui/ memiliki/ menguasai/ berhubungan) dari

subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya penarik dari objek (Abdul & Muhib, 2012).

Menurut Foerthiono & Sadjiarto, minat adalah ketertarikan seseorang pada suatu hal, dan hal tersebut akan mendorongnya untuk melakukan suatu keputusan atau tindakan (Ismaulina & Ali, 2020). Menurut Winkel minat merupakan kecenderungan yang menetap dalam diri subjek untuk merasa tertarik pada bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam itu. Menurut Hidayat minat adalah suatu hal yang bersumber dari perasaan yang berupa kecenderungan terhadap suatu hal sehingga menimbulkan perbuatan-perbuatan atau kegiatan- kegiatan tertentu (Noorkamari, 2015).

Minat adalah kecenderungan ketertarikan pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk mendapatkan sebuah kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Apabila dalam menggunakan teknologi baru tersebut, pengguna merasa puas, maka pengguna tidak akan ragu untuk menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan (Dinar & Nur, 2020).

Berdasarkan definisi minat diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah ketertarikan seseorang pada suatu hal, dan hal tersebut akan mendorongnya perilaku dan sikap untuk melakukan suatu keputusan atau tindakan . menurut Nursimah dan Nining (2018) beberapa hal yang perlu diperhatikan pada variabel minat adalah:

- a. Minat dianggap sebagai penangkap atau perantara faktor-faktor motivasional yang mempunyai dampak pada suatu perilaku.
- b. Minat menunjukkan seberapa keras seseorang berani mencoba.
- c. Minat juga menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk dilakukan.
- d. Minat adalah paling dekat berhubungan dengan perilaku selanjutnya.

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. Minat berkaitan erat dengan motivasi. Motivasi dapat dikatakan serangkaian usaha untuk menyediakan kondisi-kondisi tertentu, sehingga seseorang itu mau dan ingin melakukan sesuatu, dan bila ia tidak suka, maka akan berusaha untuk meniadakan atau mengelakkan perasaan tidak suka itu. Begitu juga dengan minat dapat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri, sehingga dapat diketahui bahwa minat adalah sumber motivasi pokok.

2.3.1 Indikator Minat

Indikator untuk mengetahui minat nasabah menggunakan layanan mobile banking yaitu keinginan seseorang menggunakan teknologi tersebut dan akan terus menggunakannya untuk masa

depan. Menurut Rukma (2021: 33) Terdapat beberapa indikator minat yaitu sebagai berikut:

1. Minat Transaksional Minat Transaksional yaitu kecenderungan untuk membeli atau menggunakan suatu produk.
2. Minat Refrensial Minat Refrensial yaitu kecenderungan seseorang untuk merefrensikan produk kepada orang lain.
3. Minat Eksploratif Minat Eksploratif yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang mencari informasi mengenai suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Menurut Crow dan Crow dalam Surhayat (2011) mengatakan bahwa ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat antara lain yaitu:

- 1) Dorongan dari dalam individu
Dorongan dari dalam diri yang dipengaruhi rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
- 2) Motif Sosial
Motif sosial seperti ingin mendapatkan pengakuan dari masyarakat dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.

3) Faktor emosional

Faktor emosional mempunyai hubungan yang erat dengan minat. seseorang akan merasakan senang jika mendapatkan kesuksesan pada aktivitas yang berhasil dilakukannya, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut. Sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut. Jadi minat merupakan suatu kecenderungan untuk selalu mengingat sesuatu atau mengerjakan sesuatu secara terus menerus tanpa merasa terbebani demi mendapatkan apa yang dibutuhkan dengan disertai perasaan senang. (Surhayat, 2011).

2.3.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

Cukup banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan misalnya bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, dan kepribadian dan yang bersumber dari luar lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Faktor lingkungan justru mempunyai pengaruh lebih besar terhadap timbul dan berkembangnya minat seseorang (Abdul, 2012). Ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat yaitu:

- 1) Dorongan dari dalam individu, misalnya dorongan untuk mengetahui sesuatu atau rasa ingin tahu yang dapat membangkitkan minat.
- 2) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang dapat membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Misalnya minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapat persetujuan atau penerimaan dan perhatian orang.
- 3) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.

Pada dasarnya kepribadian manusia itu bersifat kompleks, maka sering ketiga faktor yang menjadi penyebab timbulnya minat tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan suatu perpaduan dari ketiga faktor tersebut.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat (Hasibuan, 2011), yaitu:

- a. Pekerjaan. Artinya dengan adanya pekerjaan seseorang dapat memperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain.
- b. Perbedaan sosial ekonomi artinya seseorang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.

- c. Perbedaan hobi/kegemaran artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
- d. Perbedaan jenis kelamin artinya minat wanita dengan pria akan berbeda, misalnya pada pola berbelanja.
- e. Perbedaan usia, artinya setiap usia memiliki minat yang berbeda terhadap suatu barang atau aktivitas lainnya.

Minat pada dasarnya dapat dibentuk dalam hubungannya dengan objek. Yang paling berperan dalam pembentukan minat selanjutnya dapat berasal dari orang lain, meskipun minat dapat dari dalam dirinya sendiri. Adapun pembentukan minat dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi yang seluas-luasnya, baik keuntungan maupun kerugian yang ditimbulkan oleh objek yang dimaksud.
- b. Memberikan rangsangan dengan cara memberikan hadiah berupa barang atau sanjungan yang dilakukan individu berkaitan dengan objek.
- c. Mendekatkan individu terhadap objek, dengan cara membawa individu kepada objek atau sebaliknya.
- d. Belajar dari pengalaman

2.3.3 Macam-Macam Minat

Minat dapat digolongka menjadi beberapa macam. Macam-macam minat ini sangat tergantung pada sudut pandang dan cara penggolongannya misalnya berdasarkan timbulnya minat,

berdasarkan arahnya minat, dan berdasarkan cara mendapatkan atau mengungkapkan minat itu sendiri.

1) Berdasarkan timbulnya minat dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu:

a) Minat primitif

Adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologi atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan dan perasaan senang.

b) Minat kultural

Minat kultural ini disebut juga minat sosial adalah minat yang timbulnya karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita.

2) Berdasarkan arahnya minat dapat dibedakan menjadi:

a) Minat intrinsik

Adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, minat ini merupakan minat yang mendasar dan minat yang asli

b) Minat ekstrinsik

Adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dengan kegiatan tersebut, apabila tujuannya telah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang.

3) Berdasarkan cara mengungkapkannya minat dapat digolongkan menjadi:

a) *Expressed interest*

Adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan-kegiatan baik yang berupa tugas maupun bukan tugas yang disenangi dan paling tidak disenangi.

b) *Manifest interest*

Adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subyek.

c) *Tested interest*

Adalah minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan hasil dari jawaban tes objektif yang diberikan dan nilai-nilai yang tinggi pada suatu objek.

d) *Inventoried interest* Adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah di standarisasikan, dimana biasanya berisi tentang pertanyaan-pertanyaan

2.4 Mobile Banking

2.4.1 Pengertian Mobile Banking

Mobile banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses 24 jam yang dapat dilakukan secara langsung melalui telepon seluler dengan menggunakan SMS (*Short Message Service*).

Layanan *mobile banking* ini memiliki banyak fitur yang memberikan kemudahan, kenyamanan dan keamanan untuk nasabah. *Mobile banking* sebagai salah satu bentuk aplikasi sistem yang juga dapat digunakan untuk meningkatkan produktivitas penggunaannya. Oleh karena itu, penggunaan *mobile banking* adalah kondisi nyata penggunaan layanan sistem *mobile banking* oleh nasabah bank. *Mobile banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon selular/ handphone GSM (Global for Mobile Communication) atau CMDA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon selular seperti XL, Indosat, Telkomsel, dan operator telepon lainnya (Supriyono, 2011).

Pengertian *mobile banking* menurut Riswandi Budi Agus(2005,83) *mobile banking* suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*. *mobile banking* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *mobile banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui (unggulan) pada *handphone*. Melalui adanya *handphone* dan layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan

tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan *handphone* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya, selain menghemat waktu *mobile banking* juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern dan juga bisa lebih memanfaatkan media *handphone* yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga dapat digunakan untuk berbisnis atau bertransaksi.

Layanan *mobile banking* memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain. Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dan kapan saja. Pada akhirnya bank beramai-ramai menyediakan fasilitas *mobile banking* demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah *Mobile banking* merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui *handphone* dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di Subscriber Identity Module Card (SIM Card) atau biasa dikenal dengan Menu Layanan Data atau SIM Toolkit.

Untuk menggunakan *mobile banking*, nasabah harus mendaftarkan diri terlebih dahulu ke bank. Nasabah dapat memanfaatkan layanan *mobile banking* dengan cara mengakses menu yang telah tersedia pada aplikasi yang terinstal di ponsel. Apabila nasabah menggunakan *mobile*

banking melalui aplikasi yang terinstal di ponsel, 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.

Mobile banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan *m-banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi pada *handphone*. Dengan adanya *handphone* dan layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan *handphone* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya (Novitasari & Nadya, 2017).

2.4.2 Faktor-Faktor Penggunaan Mobile Banking

Davis merumuskan 2 variabel utama dalam TAM, yaitu persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan Tirtana dan Sari (2014). Jadi variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan dapat menjelaskan perilaku para pengguna (*user*) untuk menggunakan suatu sistem termasuk *mobile banking*. Jadi dapat dikatakan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi

penggunaan *mobile banking* adalah manfaat dan kemudahan penggunaan dan juga faktor lain yang belum diketahui.

Bank menyediakan layanan *mobile banking* untuk memenuhi tuntutan dan juga kebutuhan nasabah sebagai alternatif media untuk melakukan transaksi perbankan tanpa datang langsung ke ATM, kecuali untuk transaksi setoran dan tarikan uang tunai. Nasabah dapat bebas melakukan transaksi apa saja selama ada pada menu transaksi pada aplikasi *mobile banking*. Transaksi yang dapat dilakukan tampil dalam bentuk menu transaksi atau daftar transaksi pada aplikasi *mobile banking*, diluar menu tersebut tidak dapat dilakukan.

Sikap dari seorang nasabah terhadap penggunaan suatu sistem informasi baru akan terlihat berpengaruh atau tidaknya terhadap keberhasilan suatu sistem tersebut. Apabila nasabah tidak mau menggunakan suatu sistem baru, maka sistem tersebut tidak akan memberikan manfaat bagi pihak dan juga nasabah bank begitupun sebaliknya, apabila nasabah mau menggunakan suatu sistem baru maka nasabah akan bersedia untuk melakukan berbagai perubahan dalam praktik dan juga menggunakan waktu serta usahanya dalam menggunakan suatu sistem informasi tersebut.

Adapun faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada penggunaan *mobile banking*. Laporan BRI (2010,62) dalam penelitiannya menginventarisir enam faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada *mobile banking* yaitu:

a. Keamanan sistem *mobile banking*.

Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui sistem online merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan *mobile banking* untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media *mobile banking*.

b. Kemudahan suatu website untuk diakses.

Kemudahan untuk mengakses sistem layanan secara online melalui media *mobile banking* merupakan salah satu faktor yang menentukan kesediaan nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Semakin mudah konsumen dalam mengakses situs atau website perusahaan jasa layanan perbankan secara *mobile* akan meningkatkan sikap konsumen pada jasa layanan perusahaan serta jasa perusahaan akan menunjang sikap konsumen.

c. Privasi pengguna.

Dalam sistem layanan perbankan / transaksi keuangan secara *mobile*, nasabah menginginkan privasi yang tinggi. Nasabah tidak mau data dirinya diketahui atau disebarluaskan dengan sengaja oleh perusahaan. Oleh sebab itu, privasi pengguna merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan

mobile banking.

d. Kehandalan layanan (layanan 24 jam).

Transaksi keuangan secara *mobile* memiliki keunggulan tanpa batas waktu. Perusahaan yang mampu memberikan layanan tanpa batas waktu (24 jam sehari) akan lebih diminati nasabah.

e. Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan.

Salah satu faktor yang menentukan nasabah untuk menggunakan jasa layanan perbankan (*mobile banking*) adalah kredibilitas perusahaan penyedia jasa layanan *mobile banking*. Perusahaan dengan tingkat kredibilitas yang tinggi lebih diminati nasabah untuk digunakan jasa layanan *mobile banking*-nya.

f. Kecepatan koneksi jaringan.

Konsumen atau nasabah dewasa ini memiliki kebutuhan/tuntutan yang lebih kompleks pada penyedia jasa layanan perbankan secara *mobile*. Salah satu aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan koneksi dalam sistem perbankan secara *mobile*. Meskipun kesalahan ini tidak terdapat pada sistem perbankkannya melainkan pada provider yang dipakai oleh nasabah tersebut. Provider jaringan tergantung pada sinyal yang ada pada jaringan, kesalahan pada koneksi sering terjadi pada tempat yang jauh dari jangkauan Signal.

2.4.3 Kelebihan Dan Kekurangan Mobile Banking

Menurut Tirta dan Sari (2014) Kelebihan Mobile Banking :

- a. Transfer uang atau transaksi bisa dimana saja asal ada akses internet
- b. Cek saldo, bayar tagihan dan semacamnya bisa dilakukan dengan mudah
- c. Tidak harus repot ke ATM untuk transaksi

Kekurangan *Mobile Banking*:

- a. Mempunyai batas transfer uang dalam satu akun M-Banking. Biasanya transaksi yang dilakukan melalui aplikasi *M-Banking* dibatasi sekitar 1 juta rupiah perharinya. Peraturan ini tergantung dari kebijakan bank yang anda gunakan.
- b. Harus sedia pulsa SMS. Karena setiap transaksi membutuhkan suatu token yang dikirim dan didapatkan melalui sms nomor telepon dan membutuhkan biaya pulsa.
- c. Kurang aman. Untuk menggunakannya sebaiknya dilakukan secara hati-hati karena keamanan rawan dibobol oleh peretas.

2.4.4 Jenis-Jenis Mobile Banking

Menurut Novita & Nadya (2017) *Mobile banking* secara umum saat ini digolongkan menjadi 3 golongan :

- a. *Informational* (bersifat memberi informasi) Di dalam sistem ini, hanya memuat informasi mengenai

produkproduk dan layanan-layanan yang dimiliki oleh suatu bank. Risiko dari sistem ini tergolong cukup rendah, karena sistem ini sama sekali tidak terhubung dengan server utama dan jaringan yang ada di bank, tetapi hanya terhubung dengan server hosting situs. Risiko yang mungkin terjadi ialah pengubahan isi dari situs di internet (atau sering dikenal dengan istilah deface). Hal ini tidak membahayakan keseluruhan sistem dari bank tersebut, tetapi akan dapat mengacaukan informasi yang ada di situs bank yang bersangkutan.

- b. *Communicative* (bersifat komunikatif) Tipe yang kedua ini lebih bersifat interaktif dibandingkan dengan tipe yang pertama. Pada tipe sistem ini, dimungkinkan terjadinya interaksi antara konsumen (nasabah) dengan sistem yang ada di bank. Interaksi itu dapat berupa informasi saldo, laporan transaksi, pengubahan data pribadi nasabah, maupun formulir-formulir keanggotaan layanan dari bank yang bersangkutan. Dilihat dari cara kerjanya, risiko dari sistem ini jelas lebih besar dibandingkan dengan yang pertama. Hal ini dikarenakan adanya hubungan antara nasabah dengan beberapa server di jaringan di bank. Untuk itu diperlukan pengawasan dan penjagaan lebih di sistem ini, untuk mencegah penyusup maupun programprogram yang dapat merusak sistem seperti virus, trojan, dan lain-lain.

c. *Transactional* (dapat melakukan transaksi) Tipe yang terakhir merupakan tipe yang paling lengkap dibandingkan dengan tipe-tipe yang lain, dan pada umumnya juga memuat sistem pada dua tipe sebelumnya. Pada sistem di tipe yang ketiga ini, nasabah dimungkinkan untuk melakukan transaksi secara langsung. Karena sistem ini memiliki jalur langsung ke server utama dan jaringan yang ada di bank, maka risiko yang dimiliki sistem ini juga cukup besar, paling besar dibandingkan dengan dua tipe sebelumnya. Oleh sebab itu, kontrol yang ketat diperlukan di dalam sistem ini. Transaksi yang dapat dilakukan di sistem ini dapat meliputi akses langsung ke account di bank, seperti informasi saldo ataupun transaksi terakhir, pembayaran tagihan, transfer dana, isi ulang pulsa, dan lain-lain.

2.4.5 Aspek Produk/ Product dalam Mobile Banking

Dalam unsur *marketing mix* syariah ada salah satu unsur yang disebut produk. Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk digunakan oleh konsumen dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Produk merupakan unsur penting dalam suatu *marketing mix* syariah, dimana baik buruknya suatu produk pada konsumen membawa pengaruh bagi kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang. “Produk sebagai sesuatu

yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan (Kotler, 2015)

Ada tiga hal yang perlu dipenuhi dalam menawarkan sebuah produk menurut syariah:

- 1) Produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran/takaran,kejelasan komposisi, tidak rusak/kadaluarsa dan menggunakan bahan yang baik,
- 2) Produk yang diperjual-belikan adalah produk yang halal
- 3) Dalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan

Di dunia perbankan strategi produk yang dilakukan adalah mengembangkan suatu produk adalah sebagai berikut :

- 1) Penentuan logo dan moto
- 2) Menciptakan merek
- 3) Menciptakan kemasan
- 4) Keputusan Label

Adapun klasifikasi produk menurut Fandy Tjiptono dalam bukunya Susatyo Herlambang “klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujudnya atau tidaknya, produk dapat diklasifikasikan kedalam duakelompok utama yaitu barang dan jasa (Herlambang, 2014).

Ditinjau dari aspek daya tahannya, terdapat dua macam barang, yaitu :

a. Barang Tidak Tahan Lama (*Nondurable Good*)

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian.

b. Barang Tahan Lama (*Durable Goods*)

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian.

Selain berdasarkan daya tahannya, produk dapat dibedakan menjadi barang konsumen dan barang industri. Barang konsumen adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen akhir sendiri, bukan untuk tujuan bisnis. Umumnya barang konsumen dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis yaitu :

a. Convenience Goods

Merupakan barang yang pada umumnya memiliki frekuensi pembelian tinggi (sering beli), dibutuhkan dalam waktu segera, dan hanya memerlukan usaha yang minimum (sangat kecil) dalam perbandingan dan pembelian.

b. Shopping Goods

Merupakan barang-barang dalam prosesnya pemilihan dan pembeliannya dibandingkan oleh konsumen diantara berbagai alternatif yang tersedia. Kriteria perbandingan tersebut meliputi harga, kualitas dan model masing-masing barang. Contohnya alat-alat rumah tangga.

c. Specialty Goods

Merupakan barang-barang yang memiliki karakteristik dan identifikasi merek yang unik dimana sekelompok konsumen bersedia melakukan usaha khusus untuk membelinya. Contohnya adalah barang-barang mewah dengan merek dan model spesifik.

d. Unsought Goods

Merupakan barang-barang yang diketahui tetapi pada umumnya belum terfikirkan untuk membelinya.

Contohnya adalah asuransi jiwa, tabungan masa depan.

2.4.6 Aspek Kegunaan Produk Pada *Mobile Banking*

Elektronik banking (e-banking) adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui alternative delivery channel media elektronik seperti Automatic Teller Machine(ATM), phone banking, electronic fundtransfer(EFT), electronic data capture(EDC)/point of sales(POS), internet banking, dan mobile banking (Ikatan Bankir Indonesia : 2016).

Bagi bank, e-banking pendapatan berbasis komisi (fee based income) dan mengurangi biaya operasional apabila dibandingkan dengan pelayanan transaksi melalui kantor cabang yang relatif besar untuk membayar karyawan, sewa gedung, pengamana, listrik dan lainnya. Bagi otoritas, perkembangan teknologi e-banking mendorong mewujudkan masyarakat less cash society. Less cash society adalah gaya hidup dengan menggunakan media transaksi

atau uang elektronik dalam bertransaksi sehingga tidak perlu membawa uang fisik. Less cash society selain dapat meningkatkan sistem pembayaran yangt cepat, aman, dan efesien, untuk mempercepat perputaran aktivitas ekonomi dan stabilitas sistem keuangan, juga dapat mencegah tindak pidana criminal maupun tindak pidana pencucian uang. Sehingga menimbulkan feedback baik kepada bank dan otoritas dari penggunaan e-banking yang di nikmati oleh masyarakat dalam kebutuhan bertransaksi (Otoritas Jasa Keuangan (2015).

2.4.7 Kegunaan Produk *Mobile Banking*

Menurut maulana (2020) kegunaan dari produk mobile banking yaitu :

1. **Praktis**

Salah satu kegunaan enggunakan *mobile banking* adalah untuk memudahkan hidup. Kamu bisa membayar tagihan, transfer dana, cek saldo, membuat deposito, dan transaksi lainnya di ponsel kamu. Kamu tidak perlu lagi repot-repot ke datang bank yang biasanya juga sesak penuh antrian. *Mobile banking* memungkinkan kamu untuk melakukan transaksi perbankan atau keuangan kapan saja melalui *smartphone* dan tablet.

2. **Dapat Diakses Setiap Saat**

Bisa mengelola dana yang keluar maupun masuk di rekening, memeriksa deposito, membuat deposito dengan *mobile banking* secara real time 24 jam sehari 7

hari seminggu. Dengan demikian, kamu dapat mengawasi pengeluaran pribadi secara intens.

3. Mudah

Adanya aplikasi *mobile banking*, kamu jadi bisa bayar apa aja, di mana saja, kapan saja. Transaksi apapun bisa kamu lakukan asalkan kamu terhubung dengan internet di ponsel pintar kamu. Selanjutnya, lebih menyenangkan lagi adalah semua transaksi pembayaran tagihan kamu akan tercatat sehingga pengelolaan uang bulanan kamu bisa lebih efisien dan selalu termonitor. Kamu juga terbebas dari biaya cetak dokumen, materai, dan telat bayar melebihi jatuh tempo karena enggan repot-repot bayar di ATM atau ke kantor cabang.

4. Aman

Walaupun pengguna *smartphone* ada banyak jumlahnya, tapi masih banyak pula yang enggan menggunakan aplikasi *mobile banking* ini. Biasanya, mereka beralasan penggunaan aplikasi ini tidak aman. Padahal, aplikasi ini terhitung aman karena terdapat kode verifikasi, PIN dan sistem keamanan yang telah distandarisasi pihak bank. Namun, harus waspada dari bahaya *phising*. Oleh sebab itu, jangan pernah membuka link email yang tidak dikenal atau mengunjungi situs yang asing. Selain itu, pastikan kamu juga telah menginstal aplikasi anti virus dan menggunakan aplikasi

yang tepat untuk jenis ponsel dan bank kamu. Sebaiknya, hindari juga penggunaan akses WiFi publik dalam melakukan aplikasi *mobile banking* untuk transaksi keuangan.

Menurut Chusna (2014) fitur dari produk layanan *mobile banking* yang dapat dilakukan melalui layanan ini antara lain:

- a. Informasi cek saldo
- b. Transfer dana antar Bank
- c. Transfer dana antar Bank lain
- d. Pembarayanan telepon pasca bayar
- e. Pembayaran internet berlangganan
- f. Pembayaran tagihan listrik
- g. Pembayaran tagihan PAM & PDAM
- h. Pembayaran asuransi
- i. Pembayaran zakat
- j. Pembelian isi ulang pulsa

Adanya internet banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sehingga internet banking merupakan faktor yang tidak terpisahkan dari kepuasan nasabah, karena besar kecilnya internet banking akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah . Hal ini didukung dengan teori yang menyatakan bahwa internet banking memberikan beberapa keuntungan kepada nasabah, diantaranya (Ifham, 2015):

- a. Penggunaanya mudah
- b. Responnya real time, transaksinya tercatat secara real

time

- c. Terjaminnya keamanan, menggunakan keamanan berlapis, menggunakan User ID, password, dan dynamic password
- d. Memiliki fleksibilitas yang tinggi, karena level otoritas dapat diubah sesuai keperluan dan otorisasi dapat dilakukan secara remote.

Keuntungan pihak bank dengan adanya Internet Banking yaitu:

- a. Business Expansion

Nasabah tidak lagi harus datang ke kantor cabang terdekat untuk melakukan transaksi, hal ini dipermudah dengan adanya peletakan mesin ATM di tempat-tempat umum yang bisa dijangkau oleh banyak orang, terlebih lagi nasabah dapat menggunakan handphone untuk melakukan aktivitas perbankannya, dan juga adanya internet banking semakin mempermudah nasabah untuk kapan saja dan dimana saja dalam melakukan kegiatan transaksi

- b. Customer Loyalty

Nasabah akan merasa lebih nyaman melakukan aktivitas perbankannya tanpa harus membuka account dibank yang berbeda-beda di berbagai tempat, namun cukup menggunakan satu bank saja

- c. Revenue and Cost Improvement

Bagi pihak perbankan bisa menghemat dalam memberikan layanan perbankan dikarenakan melalui internet banking ini jauh lebih murah daripada harus membuka kantor cabang di tempat-tempat baru maupun membuat mesin ATM

d. **Competitive Advantage**

Akan lebih unggul dibandingkan dengan bank yang tidak mempunyai fasilitas layanan internet banking, karena semakin hari para nasabah akan semakin memilih yang lebih efektif dan efisien dalam melakukan transaksi perbankannya

e. **New Business Model**

Dengan adanya fasilitas tersebut, maka pihak perbankan akan jauh lebih mudah meluncurkan layanan baru dengan melalui web secara cepat

2.4.8 Aspek Resiko Produk *Mobile Banking*

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hadi & Novi (2015), kelemahan dari Mobile Banking adalah ketergantungan terhadap ketersediaan jaringan seluler operator yang bersangkutan. Apabila tidak tersedia jaringan internet, maka layanan mobile banking tidak dapat dilakukan. Hal tersebut merupakan tanggung jawab penyedia operator seluler dan internet provider yang nasabah gunakan untuk mengakses layanan mobile banking. Selain itu, fitur keamanan juga merupakan salah satu masalah penggunaan

mobile banking. Dikarenakan rentannya penipuan dan pencurian saldo rekening. Kemudian untuk aplikasi mobile banking, tidak semua jenis smartphone itu kompatibel, sehingga beberapa fitur tidak dapat diakses.

Layanan mobile banking memang diciptakan agar nasabah dapat lebih mudah melakukan transaksi perbankan. Tetapi nasabah tetap harus berhati-hati karena layanan perbankan ini rentan akan risiko. Disamping adanya kemungkinan risiko yang disebabkan oleh operasional Bank maupun kelalaian nasabah, adapun risiko yang sering dialami pada layanan E-banking, seperti halnya pada mobile banking, yaitu cyber crime. Cyber crime merupakan segala tindakan yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung melalui komputer dan jaringan komputer (internet) yang melanggar etika, hukum dan wewenang, terkait dengan pemrosesan data dan pengiriman data (Pratama, 2012).

2.5 Penelitian Terdahulu

Anik Susanti (2015) tentang “Pengaruh kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi resiko dan persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan *mobile banking*”. Persamaan pada penelitian ini yaitu meneliti tentang kegunaan dan risiko terhadap minat menggunakan. Sedangkan perbedaannya yaitu pada objek yang diteliti yaitu pada penelitian ini meneliti nasabah pengguna mobile banking BRI Syariah.

Tajuddin Naqib (2019) tentang “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kepercayaan dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga). Persamaan pada penelitian ini yaitu meneliti tentang persepsi kegunaan dan risiko terhadap minat menggunakan mobile banking. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini yaitu meneliti pada pengguna mobile banking di kalangan mahasiswa.

Cita Melasari, Agus Suroso Dan AdeBanani (2018), tentang Pengaruh kepercayaan, kegunaan, kemudahan, *privacy risk*, *time risk*, dan *financial risk* terhadap minat menggunakan mobile banking Bank Muamalat. Persamaan pada penelitian ini yaitu meneliti tentang minat penggunaan mobile banking. Sedangkan perbedaannya yaitu pada objek yang diteliti yaitu pada Bank Muamalat.

Nisa Ayu Putriwati (2018), tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* bank syariah. Persamaan pada penelitian ini yaitu meneliti tentang minat menggunakan mobile banking. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian ini meneliti pada bank syariah.

Rian Maulan, Iskandar dan Masrura Mailany (2018), tentang Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model. Persamaan pada penelitian ini yaitu meneliti

tentang minat menggunakan mobile banking. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian ini meneliti penggunaan nasabah pada mobile banking sebagai variabel bebasnya.

Elvara Ichسانی, Ratmono (2021), tentang Pengaruh Persepsi Teknologi dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking BRI Konvensional (Studi Pada Mahasiswa FEB UM Metro). Persamaan pada penelitian ini yaitu meneliti tentang penggunaan mobile banking. Sedangkan perbedaannya yaitu pada objek yang diteliti yaitu mahasiswa.

Adapun penelitian terdahulu yang sejalan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Hasil Penelitian
1	Anik Susanti, "Pengaruh kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi resiko dan persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking". (Jurnal Ekonomika dan Bisnis, Volume2,	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa variabel kepercayaan dan resiko berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> . Sedangkan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat

No	Nama Peneliti	Hasil Penelitian
	Nomor 2, 2015	menggunakan <i>mobile banking</i>
2	<p>Tajuddin Naqib, “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kepercayaan dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga). (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga, 2019) 47</p>	<p>Hasil analisis menunjukkan variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan <i>mobile banking</i>, variabel kepercayaan dan risiko tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan <i>mobile banking</i>. Kemudian uji menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan, kepercayaan dan risiko secara bersama-sama mempengaruhi minat menggunakan <i>mobile banking</i></p>

No	Nama Peneliti	Hasil Penelitian
3	Cita Melasari, Agus Suroso Dan AdeBanani, Pengaruh kepercayaan, kegunaan, kemudahan, <i>privacy risk</i> , <i>time risk</i> , dan <i>financial risk</i> terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> bank Muamalat . (Jurnal Ferfomance, Volume 25, Nomor 1, 2018)	hasil penelitian menyimpulkan bahwa kepercayaan, kegunaan, kemudahan, <i>privacy risk</i> , <i>time risk</i> , dan <i>financial risk</i> berpengaruh terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> . Variabel kepercayaan, kegunaan, kemudahan, dan <i>time risk</i> berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> bank Muamalat, sedangkan <i>privacy risk</i> dan <i>financial risk</i> tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i>
4	Nisa Ayu Putriwati, Faktor-faktor	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

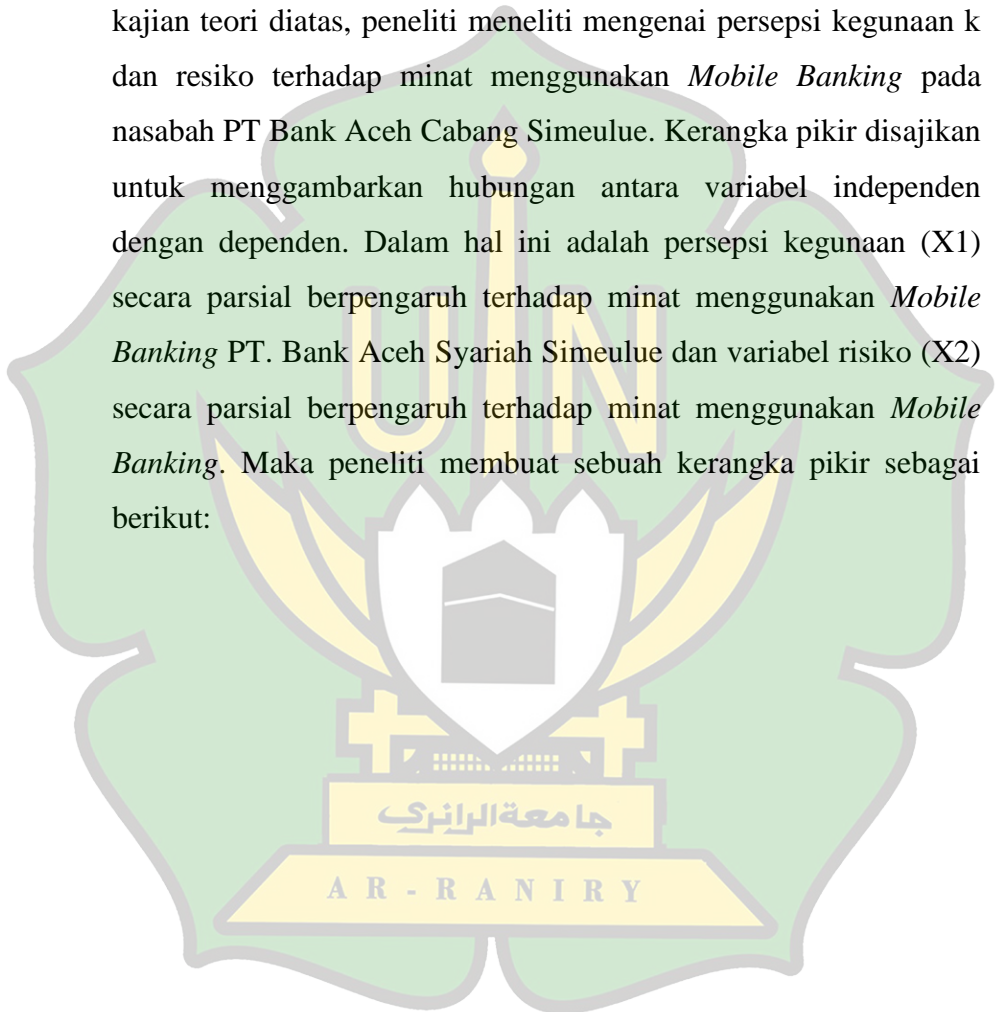
No	Nama Peneliti	Hasil Penelitian
	<p>yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam menggunakan <i>mobile banking</i> bank syariah. (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri ArRaniry, 2018)</p>	<p>persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, persepsi risiko, persepsi biaya, dan kepatuhan syariah secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i></p>
5	<p>Rian Maulan, Iskandar dan Masrura Mailany, Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology</p>	<p>Hasil penelitian ini didapatkan variabel persepsi kegunaan penggunaan (X) berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi (Y) dimana koefisiennya adalah 11,127 dengan tingkat</p>

No	Nama Peneliti	Hasil Penelitian
	Acceptance Model. (Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi, Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh (2018)	signifikansi sebesar 0,002 dan Koefisien regresi persepsi kegunaan penggunaan (X) sebesar 0,640 menyatakan bahwa setiap pertambahan 1% nilai Usefulness, maka nilai Minat bertambah sebesar 0,640. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif
6	Elvara Ichsani, Ratmono, Pengaruh Persepsi Teknologi dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking BRI Konvensional (Studi Pada Mahasiswa	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi teknologi diperoleh nilai t-hitung sebesar $1,428 < t\text{-tabel } (0,165)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$

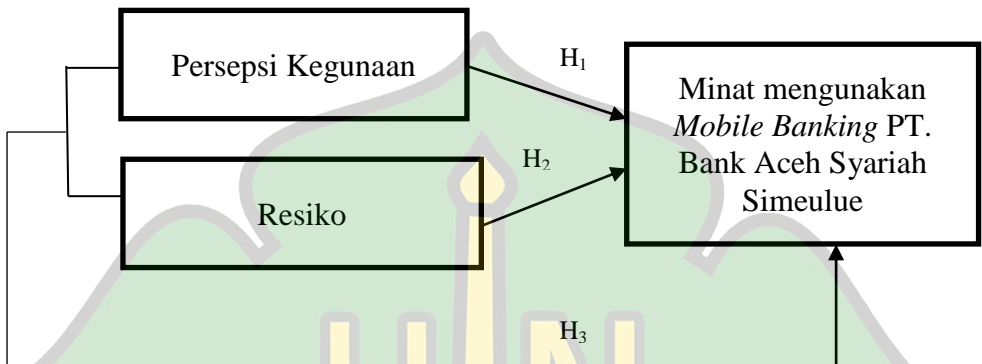
No	Nama Peneliti	Hasil Penelitian
	FEB UM Metro). (Jurnal Manajemen Diversifikasi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro, 2021)	maka H1 diterima yang berarti Persepsi teknologi berpengaruh lebih besar dan signifikan terhadap kepercayaan pengguna. sedangkan variabel persepsi resiko diperoleh nilai t-hitung sebesar $1,328 < t\text{-tabel}$ (0,165) dan nilai signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$ maka H2 diterima yang berarti Persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengguna. Sehingga Persepsi teknologi dan persepsi risiko berpengaruh simultan terhadap kepercayaan penggunaan m-banking.

2.6 Kerangka Berpikir

Kerangka pikir adalah penjelasan sementara terhadap suatu jenis gejala yang menjadi objek permasalahan kita. Berdasarkan kajian teori diatas, peneliti meneliti mengenai persepsi kegunaan k dan resiko terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah PT Bank Aceh Cabang Simeulue. Kerangka pikir disajikan untuk menggambarkan hubungan antara variabel independen dengan dependen. Dalam hal ini adalah persepsi kegunaan (X1) secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* PT. Bank Aceh Syariah Simeulue dan variabel risiko (X2) secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*. Maka peneliti membuat sebuah kerangka pikir sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pikir



Berdasarkan gambar kerangka pikir diatas dapat dijelaskan bahwa Persepsi Kegunaan (X1) dan Resiko (X2) berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking pada Minat menggunakan *Mobile Banking* PT. Bank Aceh Syariah Simeulue.

2.7 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap suatu masalah yang masih perlu diuji kebenarannya. Jawaban sementara yang dimaksud adalah jawaban sementara terhadap masalah yang akan dirumuskan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris dengan data (Sugiyono, 2012). Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

2.7.1 Pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan Mobile Banking pada PT. Bank Aceh Syariah Simeulue.

Penelitian yang dilakukan oleh Fatmasari dan Wulandari (2016) yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam penggunaan APMK” tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam penggunaan APMK. Hasil analisis penelitian menyebutkan bahwa seluruh variabel independen yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat, sikap, persepsi kontrol perilaku dan norma subjektif secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam penggunaan APMK.

Penelitian yang dilakukan oleh Sartika Sari AyuTjini DanZaki Baridwan (2012), yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem *Internet Banking*” berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sistem *internet banking*.

H_0 : Persepsi kegunaan (X1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* pada PT. Bank Aceh Syariah Simeulue

H_1 : Persepsi kegunaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* pada PT. Bank Aceh Syariah Simeulue

2.7.2 Pengaruh persepsi Resiko terhadap minat menggunakan Mobile Banking pada PT. Bank Aceh Syariah Simeulue

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Warmika (2016) yang berjudul “Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce di Kota Denpasar” penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi penggunaan, manfaat, dan resiko terhadap minat menggunakan mobile commerce yang dimana penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan mobile commerce di Kota Denpasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Emmi Lestari (2021) yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Resiko terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking pada nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, terdapat pengaruh risiko terhadap minat menggunakan mobile banking pada nasabah PT. Bank

Sumut Cabang Syariah Padangsidimpun dan terdapat pengaruh kepercayaan dan risiko secara simultan (bersama-sama) terhadap minat menggunakan mobile banking pada nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpun. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini relevan bagi pihak manajemen bank agar memperhatikan kepercayaan nasabah dan risiko yang didapatkan nasabah dalam mengembangkan dan meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking tersebut.

H_0 : Persepsi risiko (X2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* pada PT. Bank Aceh Syariah Simeulue

H_2 : Persepsi risiko (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* pada PT. Bank Aceh Syariah Simeulue

2.7.3 Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Risiko Berpengaruh Simultan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Pada PT. Bank Aceh Syariah Simeulue

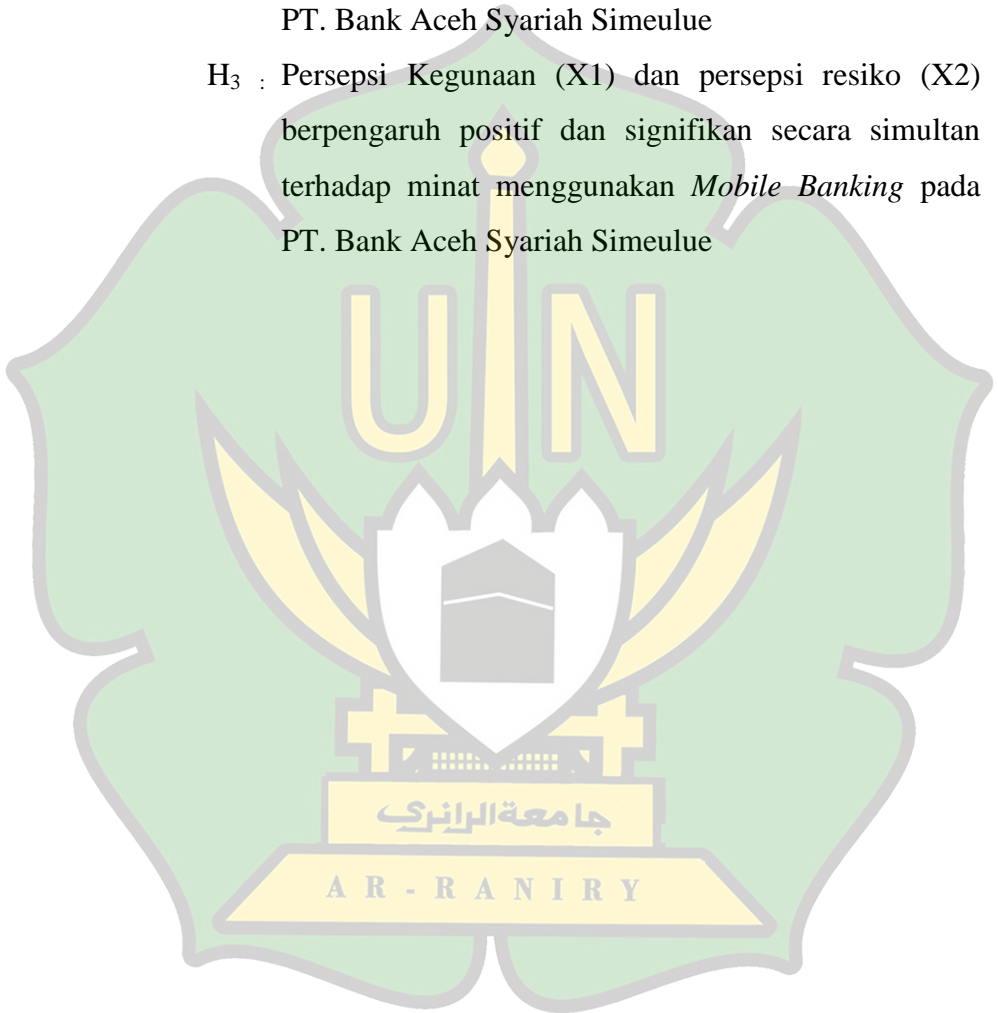
Penelitian yang dilakukan oleh Marlizar (2020) dengan judul Analisis Risiko, Manfaat dan Kemudahan Pengguna Serta Dampaknya Pada Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan SMS Banking di PT Bank Aceh Syariah Banda Aceh. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis

pengaruh resiko, manfaat dan kemudahan pengguna terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan SMS Banking pada PT. Bank Aceh Syariah Banda Aceh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel resiko, manfaat dan kemudahan pengguna berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan SMS Banking pada PT. Bank Aceh Syariah Banda Aceh.

Penelitian yang dilakukan oleh Anik Susanti (2015) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi risiko dan persepsi Kepercayaan Terhadap minat menggunakan Mobile Banking penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking pada nasabah BRI Syariah kantor wilayah Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, berikut kesimpulan dari hasil penelitian diperoleh: Berdasarkan hasil pengujian model (Uji F) dapat disimpulkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan persepsi kepercayaan, X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking nasabah BRI Syariah kantor wilayah Yogyakarta.

H_0 : Persepsi Kegunaan (X1) dan persepsi resiko (X2) tidak berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* pada PT. Bank Aceh Syariah Simeulue

H_3 : Persepsi Kegunaan (X1) dan persepsi resiko (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* pada PT. Bank Aceh Syariah Simeulue



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Dimana, menurut (Sugiyono, 2014: 55) penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan, pengaruh, dan hubungan yang bersifat sebab-akibat, yaitu antara variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Alasan digunakan jenis penelitian ini dikarena pada penelitian ini terdapat dari dua variabel dan untuk melihat pengaruh terhadap variabel lain. Adapun variabel yang dihubungkan dalam penelitian ini adalah variabel yang terdiri dari variabel kegunaan (x1) dan resiko (x2) terhadap minat (Y). Dalam Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan proses data-data yang diperoleh dari sampel atau populasi yang berupa angka atau numerik. Tujuan penelitian kuantitatif adalah untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang disediakan oleh peneliti (Ricki & Zuli, 2017).

Penelitian ini termasuk dalam katagori kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan data berbentuk angka yang dapat dihitung, yang diperoleh dari perhitungan kuisioner yang akan dilakukan berhubungan dengan masalah yang dibahas (Silvia,

2014). Pendekatan penelitian dilakukan dengan pendekatan penelitian lapangan (field research).. Dengan penelitian ini, kemungkinan besar peneliti memerlukan bantuan program software spreadsheet seperti microsoft excel, atau program statistik seperti SPSS. Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi akan dideskripsikan untuk menggambarkan dan menganalisis suatu hasil penelitian.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian dilakukan di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue yang beralamat di Jl. Nasional No. 54, Desa Sinabang, Kec. Simeulue Timur, Kab. Simeulue, . Alasan dilakukan penelitian di PT Bank Aceh syariah Cabang Simeulue yaitu, dimana penggunaan *mobile banking* masih kurang, dikarenakan pemahaman terhadap penggunaan dan resiko tentang *mobile banking* masih awam dan banyak masyarakat tidak mengetahui produk *mobile banking* yang ditawarkan oleh pihak bank, masyarakat hanya mengetahui bank itu hanya tempat untuk mengirim uang dan menyimpan uang dengan cara datang ke Bank Langsung. Masyarakat juga berpikir bahwa penggunaan *mobile banking* bukanlah yang penting diakibatkan tidak ketahuan tentang fitur-fitur yang ditawarkan oleh produk *mobile banking* untuk kemudahan sipengguna.

Waktu penelitian ini direncanakan akan dilakukan pada bulan juli 2022, waktu penelitian sewaktu-waktu akan berubah, disesuaikan dengan kondisi lapangan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan dari keseluruhan objek, pengukuran yang sedang dikaji. Populasi mengacu pada seluruh ukuran, hitungan atau kualitas yang menjadi fokus perhatian suatu kajian. Populasi merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian, sebab dari populasi lah peneliti dapat menentukan data yang diperlukan (Sugiono, 2018). Adapun populasi penelitian ini adalah Nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue yang berminat menggunakan layanan mobile banking. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti, hal ini dikarenakan tidak terdapat data yang relevan dan data dari pihak bank yang bersangkutan tidak dipublikasi sehingga menjadi rahasia bank, peneliti tidak mendapatkan data mengenai berapa jumlah pengguna *mobile banking* Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue. Dikarenakan jumlah populasi cukup banyak, maka populasi yang diambil tidak diteliti semua. Hal ini dikarenakan akan memakan waktu, biaya dan tenaga yang tidak sedikit. Oleh sebab itu, peneliti mengambil sebagian saja sebagai sampel. Dengan meneliti sebagian dari populasi diharapkan dapat menggambarkan hasil yang

sesungguhnya, populasi jumlah nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue sebanyak 38,416.

3.3.2 Sampel

Sampel Menurut Sugiyono (2010, 118) yang dimaksud dengan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Ukuran sampel merupakan suatu prosedur untuk menentukan besar kecilnya sampel yang diambil. Besarnya sampel tersebut bisa dilakukan secara statistik ataupun berdasarkan estimasi penelitian.

Menurut Sugiyono (2010:119) teknik sampling adalah “Teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian teknik sampling yang digunakan oleh penulis adalah *non probability* sampling. Menurut Sugiyono (2010:120) non probability sampling adalah: “Teknik pengambilan sampel yang memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, snowball.

Sementara menurut Jogiyanto (2017) menyatakan bahwa: “*Purposive sampling* dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dapat berdasarkan pertimbangan (judgement) tertentu atau jatah (quota) tertentu. Judgement sampling adalah purposive sampling dengan kriteria berupa suatu pertimbangan tertentu. Sedangkan kuota sampling berdalih bahwa sampel harus

mempunyai karakteristik yang dimiliki oleh populasinya.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan data primer kuisisioner terdiri dari pertanyaan terbuka, yang mana responden diminta menjawab pertanyaan yang diajukan tanpa ada pilihan dan pertanyaan tertutup, yaitu responden hanya bisa memilih dari pilihan jawaban yang tersedia. Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu:

1. Nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue
2. Nasabah Sedang/Pernah Nasabah menggunakan *Mobile Banking* PT. Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue.

Adapun penentuan Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *slovin* untuk menentukan sample adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2010):

n = jumlah sampel minimal

N = populasi

e = nilai error

Melalui rumus diatas, maka Jumlah Sampel yang akan diambil adalah:

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

$$n = \frac{38.416}{1 + 38.416 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{3.8416}{1 + 3.8416 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{38.416}{1 + 384,16}$$

$$n = \frac{38.416}{385,16}$$

$$n = 99,74 \text{ dibulatkan } 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan, maka jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 100 responden.

3.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama dari hasil individu atau data yang belum diolah seperti hasil wawancara dan hasil pengisian kuesioner dan diolah secara langsung oleh peneliti dari objeknya. Data primer ini belum mampu memberikan informasi dalam pengambilan keputusan sehingga perlu diolah lebih lanjut (Tony, 2013). Dalam penelitian ini sumber dari data primer adalah nasabah yang berhubungan atau melakukan kegiatan dengan pihak PT. Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue.

3.5 Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang digunakan untuk mengumpulkan data atau mengukur objek dari

suatu variabel penelitian. Untuk mendapatkan data yang benar demi kesimpulan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya, maka diperlukan suatu instrumen yang valid dan konsisten serta tepat dalam memberikan data hasil penelitian (Febrianawati, 2018). Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.5.1 Kuesioner (Angket)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Bila responden cukup besar, maka kuesioner cocok digunakan untuk teknik pengumpulan data (Sugiono, 2018).

Data yang dihimpun melalui angket/kuesioner merupakan data primer (utama) atau sebagai penunjang dalam permasalahan. Bentuk angket yang digunakan adalah angket tertutup yaitu angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden tinggal memberikan tanda centang atau tinggal memilih jawaban yang telah disediakan sesuai dengan keadaan dirinya.

Pada penelitian ini angket yang di gunakan berupa kuisoneer yang akan dibagikan berupa lembar kuisoneer yang berisi pertanyaan, yang akan disebar secara langsung dan secara onlien, akan dilihat kondisi pada tempat penelitian (disesuaikan). Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala

likert dengan rumusan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala Likert

Ketegori Jawaban	Skor Pernyataan	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

3.6 Definisi dan Operasional

Menurut (Sugiyono, 2017) definisi operasional adalah pengertian setiap variabel dalam penelitian untuk dapat dipahami arti atau maknanya sebelum dilakukan analisis. Sedangkan, variabel adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal itu, kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Sebuah penelitian membutuhkan variabel, definisi operasional dan skala pengukuran agar peneliti dapat menentukan apa saja yang akan diteliti, data apa saja yang dibutuhkan dan menentukan bagaimana cara mengukurnya untuk dapat dijadikan sebagai pedoman bagi peneliti dalam melakukan penelitiannya.

3.6.1 variabel

Kerlinger dalam Sugiyono (2010:58) menyatakan bahwa variabel adalah konstruk atau sifat yang dipelajari sedangkan

Kidder dalam Sugiyono (2010:59) menyatakan bahwa variabel adalah suatu kualitas dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel independen (X) yang terdiri dari Persepsi kegunaan (X1) dan Persepsi resiko (X2) dan variabel dependen yaitu minat Penggunaan Mobile Banking (Y).

3.6.2 Definisi Operasional

Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:134), “Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dan atau konstruk dengan cara memberikan arti atau melakukan spesifikasi kegiatan maupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel”. Berdasarkan pendapat tersebut, di dalam definisi operasional akan dipaparkan definisi variabel secara lebih spesifik. Definisi operasional dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel Independen

variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2012 h. 59). Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan sehingga menimbulkan variabel terikat (dependen). Variabel ini disebut dengan variabel bebas, variabel kuasa, variabel pengaruh, variabel stimulus, variabel resiko dan lain-lain. Dalam

penelitian, variabel independen adalah variabel yang dapat dimanipulasikan atau dibuat-buat oleh peneliti tersebut. Variabel independen dapat disebut dengan variabel bebas karena dapat mempengaruhi variabel lainnya. Atau dengan kata lain variabel independen merupakan variabel penyebab. Untuk melihat hubungan di antara fenomena atau peristiwa yang diteliti atau diamati, peneliti akan mengukur, memilih, dan memanipulasi faktor-faktornya hal ini disebut dengan variabel independen (bebas). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu Persepsi Kegunaan (X1) dan Persepsi resiko (X2).

2. Variabel dependen

variabel dependen (variabel terikat) biasa disebut sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuen. Variabel dependen sendiri merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012:59). Besarnya perubahan pada variabel dependen ditentukan dengan besarnya variabel independen (bebas). Variabel dependen diberikan peluang oleh variabel independen yaitu sebesar koefisien perubahan dalam variabel independen tersebut. Artinya terjadinya suatu perubahan di variabel dependen dalam setiap satuan hal ini diakibatkan karena terjadinya perubahan dalam satuan

variabel independen. Variabel dependen tidak dimanipulasi atau dibuat-buat, melainkan diamati variasinya sebagai hasil hipotesa yang berasal dari variabel independen (bebas). Biasanya variabel dependen adalah suatu keadaan yang hendak dijelaskan. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Minat Penggunaan Mobile Banking (Y).

Sarwono (2006) menjelaskan bahwa definisi operasional adalah penjelasan tentang variabel yang digunakan dalam penelitian independen dan variabel dependen, berikut adalah pengertian dari variabel-variabel tersebut.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala dan Pengukuran
1	Persepsi Kegunaan (X1)	Menurut Davis dalam Irmadhani & Adhi (2012) Perceived usefulness didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana	Menurut Davis dalam Wida et al. (2011). 1. Meningkatkan Kinerja Pekerjaan 2. Menjadikan Pekerjaan Lebih	Interval

		<p>penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya</p>	<p>Mudah 3. Teknologi Yang Digunakan Dirasakan Bermanfaat 4. Meningkatkan Produktivitas 5. Menjadikan kerja lebih efektif 6. Pekerja menjadi lebih cepat</p>	
2	Persepsi Resiko (X2)	<p>Persepsi resiko merupakan suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang</p>	<p>Menurut Fita Pertiwi & Vidya Vitta Adhivinna (2014). 1. Keamanan bertransak</p>	Interval

		yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu memiliki sebuah resiko	si 2. Kenyamanan bertransaksi 3. Tingginya resiko	
3	Minat (Y)	Menurut Alice Crow dalam Musmaryetti et al (2019) minat dapat menunjukkan kemampuan untuk memberi stimuli yang mendorong kita untuk memperhatikan seseorang,	Menurut Rukma, (2021:33). 1. Minat transaksi onal 2. Minat refrensial 3. Minat eksploratif	Interval

		<p>suatu barang atau kegiatan, atau sesuatu yang dapat memberi pengaruh terhadap pengalaman yang telah distimuli oleh kegiatan itu sendiri.</p> <p>Minat memberikan pengaruh positif terhadap pembelajaran akademik, domain pengetahuan dan bidang studi tertentu</p>	
--	--	---	--

		bagi individu		
--	--	---------------	--	--

3.7 Tehnik Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah keadaan yang menggambarkan tingkat instrumen yang bersangkutan, yang mana ia mampu mengukur apa yang akan diukur. Suatu instrumen pengukuran dikatakan valid apabila mengukur atau menggambarkan apa yang seharusnya diukur dan dinyatakan untuk mengukurnya. Tujuan dari uji validitas ini adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari suatu kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor variabel jawaban masing-masing responden dengan total skor variabel masing-masing, kemudian hasil dari korelasi tersebut dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,1. Pada penelitian ini penulis menggunakan uji *Pearson Correlation* dikenal juga dengan korelasi *Product Moment* adalah analisis untuk mengukur keeratan hubungan secara linear antara dua variabel yang mempunyai distribusi data normal. Tinggi rendahnya validitas suatu instrumen menunjukkan sejauh mana yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang akan diuji. Uji validitas dapat dirumuskan $df=(N-2)$ apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dinyatakan valid. Sebaliknya apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka

dinyatakan tidak valid (Ricki & Zuli). Penentuan r_{tabel} . Pada penelitian ini menggunakan 2 variabel bebas dimana $n-2$ yaitu 98. Berdasarkan tabel distribusi r pada baris 98 maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,197.

$$r_{XY} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{XY} = angka Indeks Korelasi “r” *Product Moment*

X = skor item soal

Y = skor total

N = Jumlah responden untuk diuji coba

Uji validitas yang penulis teliti memakai bantuan dari aplikasi statistik SPSS untuk *windows* Versi 25.0. Item pertanyaan dalam instrument ini akan dikatakan valid apabila diperoleh indeks korelasi skor item dengan skor totalnya (r_{hitung}) lebih besar atau sama dengan r_{tabel} .

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkenaan dengan tingkat ketetapan hasil suatu pengukuran. Suatu instrumen hasil pengukuran dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang memadai, apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap suatu variabel yang sama, diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek belum berubah (Ricki & Zuli). Variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,60.

$$\alpha = \frac{R}{(R-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_x^2} \right\}$$

Keterangan:

R = jumlah butir soal dalam tes

σ_1^2 = varian butir soal i

σ_x^2 = varian tes total

3.7.3 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara memberikan gambaran atau mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan dalam sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi. Analisis deskriptif ini digunakan untuk penggambaran tentang statistik data *minimum*, *maximum*, *mean* dan *standar deviation* dari data yang terkumpul. Mean merupakan alat pengukuran rata-rata yang paling populer untuk mengetahui karakteristik dari sekelompok data sedangkan minimum adalah nilai terendah dan maximum adalah nilai tertinggi (Sugiyono, 2018).

3.7.4 Uji Asumsi Klasik

3.7.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data, dalam artian apakah variabel dependen dan variabel independen yang digunakan berdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual berdistribusi secara normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov.

Untuk dapat menentukan suatu data berdistribusi normal atau tidak dilihat dari nilai signifikannya. Apabila nilai signifikan $> 0,1$, maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikan $< 0,1$, maka berdistribusi tidak normal (Husein, 2013).

3.7.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan asumsi dalam penggunaan regresi. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau independen. Di dalam model regresi terdapat syarat yang harus dipenuhi yaitu salah satunya bebas dari multikolinieritas. Suatu model regresi dapat dikatakan bebas dari multikolinieritas jika mempunyai nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 dan mempunyai angka *tolerance* lebih dari 0,1(Dwi Priyatno, 2011).

3.7.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidak dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan lain(Husein, 2013). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *glejser* yaitu dengan menguji tingkat signifikannya Uji ini dapat dilakukan dengan ketentuan apabila nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual $< 0,1$ berarti terjadi heterokedastisitas dan apabila nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,1$ berarti

tidak terjadi heterokedastisitas (Dwi Priyatno, 2011).

3.7.5 Koefisien Determinansi (R^2)

Koefisien determinansi dinotasikan dengan R^2 merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi. Determinan (R^2) mencerminkan kemampuan variabel dependen. Uji koefisien determinansi dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Nilai R^2 menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (Dwi Priyatno, 2011).

3.7.6 Analisa Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah suatu teknik atau analisis statistika yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiono, 2015) Adapun persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

- Y : Variabel dependen (minat)
- X_1 : Variabel independen (persepsi kegunaan)
- X_2 : Variabel Independen (resiko)
- a : Konstanta

b : Koefisien regresi variabel independen

e : *Error*

3.7.7 Uji Hipotesis

3.7.7.1 Uji secara parsial (uji t)

Pengujian hipotesis secara parsial untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel terikat (Mudrajat, 2013) Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Penentuan nilai t_{tabel} dengan melihat tabel distribusi t, dimana $df=3$ yaitu $100-3=97$ sehingga diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Adapun kriteria dalam uji adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan kriteria hipotesis sebagai berikut:

H_{01} = Tidak terdapat terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue.

H_{a1} = Terdapat pengaruh secara parsial antara variabel kegunaan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue.

H_{02} = Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel risiko terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue.

H_{a2} = Terdapat pengaruh secara parsial antara variabel risiko terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada nasabah PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.

3.7.7.2 Uji Secara Silmultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan untuk melihat apakah semua variabel independen secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap variabel depeden (Mudrajat, 2013) . Adapun ketentuan dalam uji ini adalah:

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

K = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

dk = (n-k-1) derajat kebebasan

- 1) Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan merumuskan hipotesisi sebagai berikut:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh persepsi kegunaan dan risiko

secara simultan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue.

H_a = Terdapat pengaruh persepsi kegunaan dan risiko secara simultan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue.

3.7.7.3 Uji koefisien determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi dari variabel dependen atau variabel terikat. Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dapat diketahui variabel bebas mana yang memiliki efek paling dominan terhadap variabel terikat, nilai R square sebesar 0,67 (kuat), 0,33 (moderat) dan 0,19 (lemah); (2) Estimate for Path Coefficients, merupakan nilai koefisien jalur atau besarnya hubungan/pengaruh konstruk laten. Nilai koefisien determinasi memiliki interval antara 0 sampai 1. Jika nilai R semakin mendekati 1, menandakan hasil untuk model regresi tersebut baik atau variabel independen secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel dependen. Sedangkan jika nilai R semakin mendekati 0, maka berarti variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen (Chin, 1998).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Penelitian

Deskriptif data adalah merupakan gambaran data yang digunakan dalam suatu penelitian. Dalam pengujian deskripsi data ini peneliti mencoba untuk mengetahui gambaran atau kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

4.1.1 Gambaran Umum

Bank Aceh Syariah Kantor Pusat Operasional yang terletak di Jl. Tgk. H. Mohd. Daud Beureueh No.161, Lampriet, Banda Aceh. Sejarah singkat Bank Aceh yaitu melalui hasil rapat Rapat umum pemegang saham luar biasa (RUPSLB) tanggal 25 Mei 2015, Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan Usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan tersebut proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Setelah melalui berbagai tahapan dan proses perizinan yang disyaratkan oleh OJK akhirnya Bank Aceh mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisiner OJK pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh.

Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Pada tanggal 7 April 1973, Gubernur kepala Daerah

istimewa Aceh mengeluarkan surat keputusan No.54/1973 tentang penetapan pelaksanaan pengalihan PT Bank kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Bank memulai aktivitas perbankan syariah dengan diterimanya surat Bank Indonesia No. 6/4/Dpb/BNA tanggal 19 oktober 2004 mengenai izin pembukaan kantor cabang syariah bank dalam aktivitas komersial Bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah pada tanggal 5 November 2004.

4.1.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah kriteria apa saja yang akan diberikan kepada subjek penelitian agar sumber informasi pada penelitian atau eksperimen tersebut dapat tertuju dengan tepat dan sesuai harapan. Dalam hal ini juga tergantung dengan penggunaan jenis serta metode penelitian. Berikut representasi karakteristiknya, yaitu:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	
Laki-laki	45
Perempuan	55
Usia	

18-24 tahun	58
25-35 tahun	19
36-45 tahun	10
>46 tahun	13
Pekerjaan	
Pelajar/Mahasiswa/i	50
PNS/POLRI/TNI	13
Wiraswasta	5
Buruh/Petani	6
Lainnya	25

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dapat diketahui paling banyak nasabah menurut jenis kelamin adalah perempuan sebanyak 55 orang, selanjutnya berdasarkan usia terbanyak 18-24 tahun dengan total 58 orang dan yang terakhir menurut pekerjaan adalah Pelajar/Mahasiswa/I sebanyak 50 orang.

4.1.2.4 Tanggapan Responden

Adapun untuk melihat rata-rata jawaban responden, dapat diketahui melalui tanggapan responden, sebagai berikut:

Tabel 4.2

Tanggapan Responden

No	Item	STS	TS	S	SS	Rata-rata
1	X1.1	4	18	59	19	2.93
2	X1.2	3	20	49	28	3.02
3	X1.3	3	22	52	23	2.95
4	X1.4	4	25	53	18	2.85

5	X1.5	8	25	37	30	2.89
6	X1.6	25	34	31	10	2.26
7	X1.7	4	25	51	20	2.87
8	X1.8	6	14	60	20	2.94
9	X1.9		25	45	30	3.05
10	X1.10	7	7	61	25	3.04
11	X2.1		39	51	10	2.71
12	X2.2	1	44	40	15	2.69
13	X2.3		20	50	30	3.10
14	X2.4		50	38	12	2.62
15	X2.5	3	19	57	21	2.96
16	X2.6	3	6	60	31	3.19
17	X2.7		23	53	24	3.01
18	X2.8		16	51	33	3.17
19	X2.9		25	47	28	3.03
20	X2.10		35	44	21	2.86
21	Y1	1	23	45	31	3.06
22	Y2	6	7	65	22	3.03
23	Y3	3	16	61	20	2.98
24	Y4	1	23	44	32	3.07
25	Y5	7	7	64	22	3.01
26	Y6	3	17	62	18	2.95
27	Y7	1	17	53	29	3.10
28	Y8	4	14	62	20	2.98
29	Y9	2	21	59	18	2.93
Rata-rata			2.94			

Sumber: Data diolah SPSS v.25, 2022

Interaksi, tanggapan, dan tanggapan informan terhadap pertanyaan peneliti merupakan tanggapan responden. Temuan penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan nilai keseluruhan rata-rata 2,94 atau dibulatkan 3 dengan kategori setuju.

4.2 Uji Instrumen

4.2.1 Uji Validitas

Tujuan uji validitas instrumen untuk jaminan instrumen yang digunakan sesuai konsep penelitian dalam mengukur setiap variabel. Butir pernyataan dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar daripada r tabel. Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 2$ dengan signifikansi 5% maka didapatkan r tabel 0,197. Jika r hitung $>$ r tabel maka dinyatakan valid.

Tabel 4.3
Uji Validitas

Variabel	Pernyataan/ Item	<i>Corrected</i> <i>Correlation</i> (r hitung)	r tabel	Keterangan
Kegunaan (X1)	X1.1	.714**	0,197	Valid
	X1.2	.514**	0,197	Valid
	X1.3	.516**	0,197	Valid
	X1.4	.439**	0,197	Valid
	X1.5	.247*	0,197	Valid
	X1.6	.371**	0,197	Valid
	X1.7	.564**	0,197	Valid
	X1.8	.468**	0,197	Valid
	X1.9	.567**	0,197	Valid
	X1.10	.260**	0,197	Valid
Risiko	X2.1	.373**	0,197	Valid

(X2)	X2.2	.316**	0,197	Valid
	X2.3	.272**	0,197	Valid
	X2.4	.323**	0,197	Valid
	X2.5	.494**	0,197	Valid
	X2.6	.543**	0,197	Valid
	X2.7	.602**	0,197	Valid
	X2.8	.551**	0,197	Valid
	X2.9	.595**	0,197	Valid
	X2.10	.498**	0,197	Valid
	Minat (Y)	Y1	.615**	0,197
Y2		.612**	0,197	Valid
Y3		.624**	0,197	Valid
Y4		.591**	0,197	Valid
Y5		.560**	0,197	Valid
Y6		.600**	0,197	Valid
Y7		.462**	0,197	Valid
Y8		.455**	0,197	Valid
Y9		.361**	0,197	Valid

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Pada tabel 4.2 diatas dapat dilihat, bahwasanya r hitung dari variabel kegunaan (X1), risiko (X2), minat (Y) diatas r tabel sebesar 0,197. Maka dapat dinyatakan semua butir pertanyaannya valid.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabel adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui variabel tersebut dapat dipercaya untuk dilakukan pengujian selanjutnya. Dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ sebagai berikut:

Tabel 4.4
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kegunaan (X1)	0.693	Reliabel
Risiko (X2)	0.693	Reliabel
Minat (Y)	0.729	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini pada tabel 4.3 dari variabel kegunaan (X1), risiko (X2), minat (Y) diatas 0,60 yang artinya reliabel atau dapat dipercaya.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji normalnya model regresi. Dalam analisa ini menggunakan analisa Kolmogorov-Smirnov dengan Test Kriteria sebagai berikut:

- Jika Sign. $> 0,05$ maka H_0 diterima (data berdistribusi normal).

Jika Sign. < 0,05 maka H_0 ditolak (data tidak berdistribusi normal).

Tabel 4.5
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	3.13423046
Most Extreme Differences	Absolute	0.076
	Positive	0.055
	Negative	-0.076
Test Statistic		0.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.162 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Dapat dilihat pada tabel 4.4 sebelumnya, statistik keseluruhan adalah Asymp.Sig. (2) memiliki nilai lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, data memiliki distribusi normal sesuai dengan Kolmogorov-Smirnov, kerangka pengambilan keputusan.

4.3.2 Uji Multikolonieritas

Adapun untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat dilakukan dengan melihat VIF (Variance

Inflation Factors) dan nilai toleransi. untuk pertimbangan sebagai berikut:

- a. Jika $VIF > 10$ atau nilai toleransi $< 0,10$ maka terjadi Multikolinearitas.
- b. Jika $VIF < 10$ atau nilai toleransi $> 0,10$ maka tidak terjadi Multikolinearitas.

Tabel 4.6
Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a	
Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
0.858	1.165
0.858	1.165
a. Dependent Variable: Y	

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Pada tabel 4.5 diatas dapat dilihat, bahwasanya dari hasil uji VIF dapat diketahui masing-masing variabel independen memiliki $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* $> 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terhubung multikolonieritas antara variabel independen dengan variabel dependen.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Adapun hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji koefisien korelasi Glejser sebagai berikut:

Tabel 4.7
Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.023	1.978		2.539	0.013
	X1	-0.110	0.056	-0.209	-1.948	0.054
	X2	0.021	0.064	0.035	0.325	0.746
a. Dependent Variable: Abs_RES						

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Fakta bahwa tingkat signifikansi pengujian sebelumnya lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa ada homoskedastisitas, bukan heteroskedastisitas. suatu kondisi di mana nilai sisa dari setiap nilai prediksi berfluktuasi tetapi cenderung tetap konstan.

4.4 Uji Linear Berganda

Perhitungan statistik regresi linier berganda yang digunakan penelitian ini dengan bantuan aplikasi komputer SPSS versi 25.0. Hasil pengolahan data besebagai berikut:

Tabel 4.8
Uji Linear Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.842	3.307		3.278	0.001
	X1	0.342	0.094	0.352	3.624	0.000
	X2	0.219	0.107	0.198	2.044	0.044
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.7 diatas, hasil analisis regresi linear berganda dapat diketahui koefisien berdasarkan rumus persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 10,842 + 0,342 (X_1) + 0,219 (X_2) + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diketahui:

- a. Koefisien regresi $b_1=0,342$

Artinya apabila variabel kegunaan (X_1) meningkat sebesar satu satuan dan variabel yang lain tetap, maka minat meningkat sebesar 34%. Artinya faktor kegunaan memiliki kenaikan untuk memengaruhi minat nasabah menggunakan mobile banking.

- b. Koefisien regresi $b_2=0,219$

Artinya apabila variabel risiko (X_2) meningkat sebesar satu satuan dan variabel yang lain tetap, maka minat meningkat sebesar

22%. Artinya faktor menurunnya risiko pada mbanking maka memiliki kenaikan untuk memengaruhi minat nasabah menggunakan mobile banking.

4.5 Hipotesis

4.5.1 Uji T (Parsial)

Dengan mengasumsikan bahwa variabel bebas lainnya dianggap sebagai konstanta, tujuan dari uji parsial koefisien regresi adalah untuk memastikan signifikansi pengaruh parsial yang ada antara variabel bebas dan variabel terikat. Uji t parsial dapat dilihat pada tabel dibawah ini berdasarkan hasil pengolahan menggunakan aplikasi SPSS versi 25.0:

Tabel 4.9
Uji T Parsial

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.842	3.307		3.278	0.001
	X1	0.342	0.094	0.352	3.624	0.000
	X2	0.219	0.107	0.198	2.044	0.044

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

1. Pengujian Hipotesis 1 Pengaruh variabel kegunaan (X_1) terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking (Y), berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan selanjutnya hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $3,624 > 1,660$ t tabel berdasarkan $(df=n-k)$ $df=100-3=97$ dan $\alpha=5\%$ atau $0,05$. Maka dapat disimpulkan hipotesis 1 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat.
2. Pengujian Hipotesis 2 Pengaruh variabel risiko (X_2) terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking (Y), berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,044 < 0,05$ dan selanjutnya hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $2,044 > 1,660$ t tabel berdasarkan $(df=n-k)$ $df=100-3=97$ dan $\alpha=5\%$ atau $0,05$. Maka dapat disimpulkan hipotesis 2 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat.

4.5.2 Uji F (Simultan)

Uji f dipakai untuk mengetahui pengaruh antara Promosi kegunaan (X_1), risiko (X_2) terhadap minat (Y) secara bersama-sama:

Tabel 4.10
Uji F Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	267.273	2	133.637	13.329	.000 ^b
	Residual	972.517	97	10.026		
	Total	1239.790	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.9 hasil output uji simultan diperoleh F hitung (13,329) > F tabel (2,70) berdasarkan $df_1 (ni)=k-1/100-1=99$, $df_2(n_2)=n-k/99-3=96$ dan $\alpha=5\%$ atau 0,05 maka dapat disimpulkan ke dua variabel independen memiliki pengaruh yang simultan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking.

4.5.3 Koefisien Determinasi R²

Berdasarkan hasil pengolahan dengan aplikasi SPSS versi 25.0 hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11
Koefisien Determinasi R²

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.464 ^a	0.216	0.199	3.166
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,199 yang menunjukkan besarnya keragaman Promosi kegunaan (X1) dan risiko (X2) terhadap minat (Y) sebesar 20% berada dalam tingkat pengaruh yang moderate atau sedang seperti yang dijelaskan oleh Chin (1998) dalam teorinya, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini seperti fasilitas, produk, sosialisasi, individu, objek dsb.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Variabel Kegunaan (X₁) Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Y)

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa pada uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar

0,000 < 0,05 dan selanjutnya hasil penelitian dengan nilai t dengan ketentuan nilai t hitung $3,624 > 1,660$ t tabel berdasarkan $(df=n-k)$ $df=100-3=97$ dan $\alpha=5\%$ atau 0,05. Maka dapat disimpulkan hipotesis 1 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat.

Kegunaan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk mempersulit para penggunanya, tetapi justru memudahkan seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Faktor kegunaan ini yang mendorong nasabah untuk menggunakan jasa layanan Mobile Banking. Para nasabah pengguna Mobile Banking mengatakan bahwa pengguna Mobile Banking sangatlah mempermudah memberikan keleluasaan dalam kegiatan transaksi keuangan semisal untuk mengecek informasi saldo tabungan, pembayaran tagihan (listrik, air, dsb), transaksi pembelian (Voucher Hp, PLN Prepaid), transaksi transfer uang hingga layanan lainnya dalam satu sentuhan dilayar telepon seluler tanpa harus menghabiskan waktu untuk pergi ke ATM, selain mempermudah transaksi keuangan, cara pengoperasiannya pun begitu mudah sehingga semua orang bisa menggunakannya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Adi Pratama, et.al (2019) dengan judul penelitian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Perbankan Konvensional Di Kota Palu) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap niat dalam menggunakan aplikasi mobile banking.

Namun berbeda Nurpiani (2021) tentang “Pengaruh Kemudahan Terhadap Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking.

4.6.2 Pengaruh Variabel Risiko (X_2) Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Y)

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa pada uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,044 < 0,05$ dan selanjutnya hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $2,044 > 1,660$ t tabel berdasarkan $(df=n-k)$ $df=100-3=97$ dan $\alpha=5\%$ atau $0,05$. Maka dapat disimpulkan hipotesis 2 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat.

Dengan baruaan teknologi yang baru ini resiko dari penggunaan mobile banking sendiri menjadi pertimbangan nasabah terkait dengan resiko yang mungkin timbul yang nantinya dapat menghilangkan data transaksi mereka beranggapan bahwa melihat dari segi kemanan sendiri bahwa, Keamanan bertransaksi membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadi terjamin saat bertransaksi menggunakan layanan Mobile Banking. Keamanan data merupakan hal yang penting dalam hal menarik minat nasabah, agar para nasabah percaya bahwa bank tersebut menjaga

dengan benar kerahasiaan para nasabahnya saat menggunakan layanan Mobile Banking.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Gede Kt. Warmika (2016) dengan judul penelitian Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Perspsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar menunjukkan bahwa Persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *Mobile Commerce* di Kota Denpasar.

Sedangkan Penelitian oleh Kusumastuti (2022) dalam “Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Tam)” yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Risiko berpengaruh negatif terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.

4.6.3 Pengaruh Variabel Kegunaan (X_1) Dan Risiko (X_2) Secara Simultan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Y)

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa pada uji f menunjukkan nilai F hitung ($13,329 > F$ tabel ($2,70$) berdasarkan $df_1(n_1)=k-1/100-1=99$, $df_2(n_2)=n-k/99-3=96$ dan $\alpha=5\%$ atau $0,05$ maka dapat disimpulkan ke dua variabel independen memiliki pengaruh yang simultan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking.

Minat nasabah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang membuat keputusan mereka dalam menggunakan aplikasi mobile banking. Kegunaan dan risiko merupakan faktor dari beberapa faktor yang mendukung aplikasi dalam menjalankan sistemnya. Aplikasi mobile banking telah memberikan kegunaan dan membuat rasa aman dari segala ancaman yang menjadikan nasabah untuk memilih aplikasi ini sebagai alat pembayarannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adi Pratama, et.al (2019) dengan judul penelitian Analisis Faktor Kegunaan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Generasi Mileneal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sumatera Utara) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, kepercayaan, dan risiko berpengaruh positif terhadap niat dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kegunaan dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pembahasan sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue.
- 2) Penelitian ini menunjukkan bahwa Resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue.
- 3) Secara simultan penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Kegunaan dan Resiko bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan adanya beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut :

- 1) Bagi Instansi terkait, Bank Aceh Syariah Cabang Simelue diharapkan untuk lebih berupaya dalam menarik nasabah dan memberikan kepuasan dan kenyamanan terhadap penggunaan aplikasi yang canggih dan akhirnya akan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan pada mobile banking.
- 2) Bagi Akademisi, Penelitian ini bisa dijadikan bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus selain jurnal dan buku yang sudah ada. Selain itu pihak kampus harus selalu meningkatkan kualitas karya hasil penelitian bagi semua mahasiswanya.
- 3) Bagi Peneliti Selanjutnya Untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini bisa dilakukan tidak hanya terbatas pada penggunaan mobile banking, namun bisa diperluas atau dikembangkan lagi, Selain itu bisa memakai variabel lebih banyak dan variatif.
- 4) Bagi nasabah Pengguna Mobile Banking Nasabah dapat menggunakan aplikasi mobile banking, karena dapat membantu nasabah dalam setiap kegiatan transaksinya dan nasabah pengguna mobile banking harus tetap berhati-hati ketika melakukan transaksi, karena tidak semua menjadi tanggung jawab pihak bank.

DAFTAR PUSTAKA

- Yahyapour. (2015). *“A conceptual breakdown structure for knowledge management benefits using meta-synthesis method”*. Journal of Knowledge Management. Tehran: University of Tehran.
- Dinar Dhea Safitri & Nur Diana. (2020). *“Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Pengguna Pada Minat Menggunakan Dompot Elektronik dalam Transaksi Keuangan”*. E-JRA Vol. 09 No. 05
- Etta Mamang Sangadji & Sopiiah (2015). *“Perilaku Konsumen”* Yogyakarta: Budi Utama.
- Fimansyah M. Anang. (2018). *“Perilaku Konsumen”*, Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2018.
- Fita Pertiwi & Vidya Vitta Adhivinna. (2014). *“Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking di Yogyakarta (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri)”* Jurnal Akuntansi dan Manajemen, Volume 11, Nomor 1.
- Hamdi. Asep Saipul. (2012). *“Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan”*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Herman Darmawi. (2013). *“Manajemen Risiko”*, Jakarta: PT Bumi Aksara.

- Ikatan Bankir Indonesia. (2013). *“Memahami Bisnis Bank”*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Ilmu
- Imam Wahyudi, Dkk, (2015). *“Manajemen Risiko Bank Islam”*. Jakarta Selatan: Salemba
- Ismaulina, Ali Muhayatsyah. (2020). *“Keputusan Mahasiswa Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Memilih Jurusan Baru”*, Banten.
- Ni Luh Putu Eka Puspa Dewi, dkk. (2019). *“Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Singaraj”*.
- Noorkomar. (2015). *“Pengaruh Tingkat Pendidikan, Perhatian Orang Tuadan Minat Belajar Terhadap Nprestasi Belajar Bahasa Indonesia”* Jurnal Pujangga. Vol. 1, No.265
- Novitasari Putri Wulandari &Nadya Novandriani. (2017). *“Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking Di Bandung”* Jurnal Bisnis dan Iptek Vol. 10, No.
- Nursimah Dara & Nining Purnaningsih. (2018). *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Pakaian Batik Terhadap Minat Beli Pelanggan Pasar Tanah Abang”*. Jurnal UMT.
- Oktaviani, Catharina & Amanita Novi. (2017). *“Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan*

Penggunaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking". JFE.

Priyatno, Dwi. (2011). *"Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS"*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Sebayang, Aldhisa Amanda. (2017). *"Pengaruh Risiko, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking"* Skripsi Bandar Lampung

Sugiyono & Agus Susanto. (2015). *"Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel"*, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *"Statistika Untuk Penelitian"*. Bandung: Alfabeta.

Sujarwen, Wiratna (2019). *"Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi"*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Supriyono. (2016). *"Manajemen Risiko"* Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Syamsul Hadi & Novi. (2015). *"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking"*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis OPTIMUM, Volume 5, Nomor 1.

Umar. Husein. (2013). *"Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis"*. Jakarta: Rajawali Pers.

Wijaya, Tony. (2013). *"Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis"*. Yogyakarta: Graha

Yuliardi, Ricki & Zuli Nuraeni. (2017). “*Statistik Penelitian; Plus Tutorial SPSS*”. Yogyakarta: Innosain”.

Hasibuan, Malayu.(2011). “Dasar-dasar Perbankan” Jakarta: Bumi Aksara.

Jogiyanto, Hartono. (2017). Teori Portofolio dan Analisis Investasi (Kesebelas). Yogyakarta: BPF.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN DAN RISIKO TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* BANK ACEH SYARIAH CABANG SIMEULUE

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kepada yang terhormat,
Nasabah Bank Aceh Syariah cabang simeulue

Dalam rangka melakukan penelitian untuk penyusunan tugas skripsi pada program Strata 1 (S1) di Universitas Islam Negeri ArRaniry Banda Aceh, saya :

Nama : Fira Respita
Nim : 180603069
Fakultas/jurusan : Ekonomi dan Bisnis
Islam/Perbankan Syariah

Bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue”. Oleh karena itu demi tercapainya penelitian ini, saya mohon kesediaan bapak/ibu/sdr/i untuk mengisi kuisisioner yang telah disediakan dengan sebenar-benarnya. Identitas dan jawaban yang telah di isi hanya digunakan untuk keperluan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya. Atas waktu dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

A R - R A N I R Y

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat saya,

Fira Respita

IDENTITAS RESPONDE

Petunjuk : Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan memberikan tanda (√) atau

(X)

Nama :

1. Jenis Kelamin a. Pria b. Wanita
2. Umur a. 18 -24 tahun
b. 25-35 tahun
c. 36-45 tahun
d. > 45 tahun
3. Pekerjaan a. Pelajar/ Mahasiswa/i
b. PNS/POLRI/TNI
c. Wiraswasta
d. Buruh/Petani
e. Lainnya

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Responden diharapkan dapat menjawab pertanyaan dengan memberikan tanda (√) pada pertanyaan yang telah disediakan. Pertanyaan yang disediakan dijawab sesuai dengan skala likert, mulai dari skala 1-4 semakin besar angka yang anda pilih menandakan semakin puas, dan sebaliknya

- a. Sangat Setuju (SS) = 4
- b. Setuju (S) = 3
- c. Tidak Setuju (TS) = 2
- d. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Data responden dan semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya, oleh sebab itu dimohon untuk mengisi kuisisioner dengan sebenar-benarnya.

Persepsi Kegunaan (X_1)

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya paham saat menggunakan <i>mobile banking</i> .				
2	Saya sedikit melakukan kesalahan saat menggunakan <i>mobile banking</i> .				
3	Melalui <i>mobile banking</i> , nasabah dapat melakukan				

	transaksi selama 24 jam				
4	Menggunakan <i>mobile banking</i> tidak memerlukan banyak usaha.				
5	Bank memberitahu nasabah akan banyaknya manfaat menggunakan <i>mobile banking</i>				
6	Penggunaan <i>mobile banking</i> dapat memungkinkan penyelesaian transaksi menjadi lebih cepat				
7	Kegiatan perbankan menjadi praktis menggunakan <i>mobile banking</i> .				
8	Jarang terjadi hal yang tidak terduga saat menggunakan <i>mobile banking</i> .				
9	Kegiatan bertransaksi menjadi praktis menggunakan <i>mobile banking</i> .				
10	Menggunakan <i>mobile banking</i> mudah dimengerti. dan digunakan				

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

Persepsi Resiko (X_2)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Tidak banyak resiko dengan menggunakan layanan <i>mobile banking</i> untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan				
2	Menurut saya transaksi dengan menggunakan <i>mobile banking</i> memiliki keamanan yang cukup.				
3	Bertransaksi menggunakan layanan <i>mobile banking</i> aman				
4	Saya tidak mendapatkan kerugian jika bertransaksi menggunakan layanan <i>mobile banking</i> untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan				
5	Transaksi yang melibatkan jasa perbankan dengan menggunakan layanan <i>mobile banking</i> dapat mendatangkan keuntungan dan kemudahan				
6	Dalam menggunakan layanan <i>mobile banking</i> terdapat minimnya pencurian data				
7	Menurut saya transaksi menggunakan <i>mobile banking</i> tidak memiliki risiko yang tinggi				
8	Saya merasa aman menggunakan <i>mobile banking</i>				
9	Bank sangat menjamin keamanan transaksi yang dilakukan melalui <i>mobile banking</i>				
10	Tidak terdapat gangguan dalam layanan <i>mobile banking</i>				

Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya tertarik menggunakan <i>mobile banking</i> karena syarat dan ketentuannya mudah				
2	Saya merefrensikan penggunaan <i>mobile banking</i> pada teman atau keluarga terdekat				
	Saya berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai <i>mobile banking</i>				
3	Saya berminat untuk menggunakan layanan <i>mobile banking</i> . karena mendapat rekomendasi dari rekan-rekan saya				
4	Saya tertarik pada layanan <i>mobile banking</i> . yang ditawarkan oleh bank PT. Bank Aceh Syariah				
5	Saya tertarik untuk mengakses layanan <i>mobile banking</i> setiap waktu.				
6	Saya tertarik menggunakan ponsel dalam bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan seperti pada layanan <i>mobile banking</i> ..				
7	Saya berminat menggunakan layanan <i>mobile banking</i> jika memang sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan saya				

8	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan layanan <i>mobile banking</i> .di masa yang akan datang.				
9	Secara keseluruhan saya akan selalu menggunakan layanan <i>mobile banking</i> .kapan saja dan di mana saja saat bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan, seperti transfer uang, membayar tagihan, membeli pulsa, dll				



Lampiran 2. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan
Laki-laki	18-24 tahun	Wiraswasta
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Laki-laki	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Laki-laki	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	25-35 tahun	Wiraswasta
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Laki-laki	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Laki-laki	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Laki-laki	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Laki-laki	25-35 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Laki-laki	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Laki-laki	25-35 tahun	Lainnya
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i

Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Laki-laki	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Laki-laki	25-35 tahun	Wiraswasta
Laki-laki	25-35 tahun	PNS/POLRI/TNI
Perempuan	25-35 tahun	Lainnya
Laki-laki	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Laki-laki	36-45 tahun	PNS/POLRI/TNI
Perempuan	36-45 tahun	Lainnya
Perempuan	36-45 tahun	PNS/POLRI/TNI
Laki-laki	25-35 tahun	PNS/POLRI/TNI
Laki-laki	25-35 tahun	Lainnya
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Laki-laki	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Laki-laki	25-35 tahun	Lainnya
Laki-laki	25-35 tahun	Wiraswasta
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Lainnya
Laki-laki	36-45 tahun	Lainnya
Perempuan	18-24 tahun	Lainnya
Laki-laki	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Lainnya
Laki-laki	25-35 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	25-35 tahun	Lainnya
Perempuan	18-24 tahun	Lainnya
Perempuan	25-35 tahun	PNS/POLRI/TNI
Perempuan	25-35 tahun	Lainnya
Laki-laki	18-24 tahun	Lainnya
Perempuan	25-35 tahun	Lainnya

Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Lainnya
Laki-laki	25-35 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Laki-laki	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Laki-laki	36-45 tahun	PNS/POLRI/TNI
Perempuan	36-45 tahun	Lainnya
Perempuan	18-24 tahun	Lainnya
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Laki-laki	36-45 tahun	Lainnya
Perempuan	18-24 tahun	Lainnya
Perempuan	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Perempuan	18-24 tahun	Lainnya
Perempuan	18-24 tahun	Lainnya
Perempuan	36-45 tahun	PNS/POLRI/TNI
Laki-laki	>46 tahun	PNS/POLRI/TNI
Perempuan	>46 tahun	PNS/POLRI/TNI
Laki-laki	>46 tahun	Lainnya
Laki-laki	36-45 tahun	Lainnya
Laki-laki	25-35 tahun	Lainnya
Laki-laki	25-35 tahun	Wiraswasta
Laki-laki	25-35 tahun	Lainnya
Laki-laki	>46 tahun	Buruh/Petani
Laki-laki	>46 tahun	Wiraswasta
Laki-laki	>46 tahun	PNS/POLRI/TNI
Laki-laki	>46 tahun	PNS/POLRI/TNI
Laki-laki	>46 tahun	PNS/POLRI/TNI
Laki-laki	>46 tahun	Buruh/Petani

Laki-laki	18-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa/i
Laki-laki	>46 tahun	PNS/POLRI/TNI
Laki-laki	>46 tahun	Buruh/Petani
Laki-laki	>46 tahun	Buruh/Petani
Laki-laki	>46 tahun	Buruh/Petani
Laki-laki	36-45 tahun	Buruh/Petani

Lampiran 3. Tanggapan Responden

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	28
3	3	3	2	3	2	3	3	4	4	30
4	3	3	2	4	1	3	3	3	3	29
2	4	3	4	3	2	4	3	2	2	29
3	3	2	3	2	1	2	3	2	1	22
3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	29
4	4	4	2	3	1	4	4	4	4	34
2	2	3	4	4	2	3	3	3	3	29
2	3	1	3	3	3	2	3	2	4	26
3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	30
4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	37
3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	30
3	3	2	4	3	3	3	3	4	1	29
3	1	2	1	4	4	3	3	2	3	26
4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	37
3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	36
3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	30
4	4	4	4	3	1	4	4	3	3	34
3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	31
3	4	4	3	3	2	3	3	4	2	31
2	2	2	3	4	1	3	3	3	3	26
3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	29

3	3	3	3	2	2	2	3	2	4	27
2	4	3	3	2	1	3	4	3	3	28
3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	32
2	2	2	3	4	2	3	3	3	4	28
2	4	3	3	3	2	2	3	2	4	28
3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	25
3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	32
3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	31
2	2	2	2	3	3	3	3	4	3	27
2	2	3	2	4	3	3	3	2	3	27
3	3	1	1	2	3	4	4	4	3	28
3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	34
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37
2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	23
2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	20
3	3	3	3	3	2	2	3	3	1	26
3	2	2	2	3	1	3	3	2	3	24
3	3	3	3	2	1	3	3	3	4	28
4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	32
3	2	3	3	4	1	3	3	3	3	28
2	2	2	2	3	2	4	3	2	3	25
1	2	3	3	2	1	2	3	2	2	21
3	2	3	3	2	2	3	4	3	3	28
4	2	4	3	3	2	4	4	4	3	33
3	3	3	3	4	1	3	3	3	4	30
3	4	4	4	3	1	2	2	2	3	28
3	3	4	3	2	1	2	2	3	3	26
2	4	4	3	3	1	2	1	4	4	28
3	3	3	3	4	3	1	2	3	4	29
3	4	4	2	3	3	2	1	4	3	29
4	4	3	3	4	3	2	2	2	3	30
3	3	4	3	2	3	2	1	4	1	26

3	4	3	2	4	3	2	2	4	3	30
4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	32
4	4	4	4	1	4	4	4	3	3	35
3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	28
3	3	3	3	1	2	4	3	3	3	28
1	3	2	2	1	2	1	2	2	3	19
3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	29
3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	29
4	3	3	2	4	1	3	3	3	2	28
2	4	3	4	3	2	4	3	2	1	28
3	3	2	3	2	1	2	3	2	3	24
3	3	3	3	2	2	3	4	3	4	30
4	4	4	2	3	1	4	4	4	3	33
2	2	3	4	4	2	3	3	3	4	30
2	3	1	3	3	3	2	3	2	4	26
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	29
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	30
3	3	2	4	3	3	3	3	4	2	30
3	1	2	1	4	4	3	3	2	1	24
3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	27
4	4	3	3	3	2	3	3	4	4	33
3	2	3	3	4	1	3	3	3	3	28
2	2	2	2	3	2	4	3	2	4	26
1	2	3	3	2	1	2	3	2	4	23
3	2	3	3	2	2	3	4	3	3	28
4	2	4	3	3	2	4	4	4	3	33
3	3	3	3	4	1	3	3	3	1	27
3	4	4	4	3	1	2	2	2	3	28
3	3	4	3	2	1	2	2	3	3	26
2	4	4	3	3	1	2	1	4	3	27
3	3	3	3	4	3	1	2	3	3	28

3	4	4	2	3	3	2	1	4	3	29
4	4	3	3	4	3	2	2	2	3	30
3	3	4	3	2	3	2	1	4	2	27
3	4	3	2	4	3	2	2	4	3	30
4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	32
4	4	4	4	1	4	4	4	3	4	36
3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	28
3	3	3	3	1	2	4	3	3	3	28
1	3	2	2	1	2	1	2	2	4	20
3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	29
3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	29
3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	30
3	3	2	4	3	3	3	3	4	4	32
3	1	2	1	4	4	3	3	2	3	26

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	29
4	3	3	2	4	4	3	3	3	2	31
4	2	2	2	3	3	3	3	3	2	27
3	4	2	2	2	3	4	4	3	4	31
4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	28
3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	29
4	3	3	2	4	4	4	4	4	2	34
3	2	2	2	3	3	2	2	3	4	26
4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	30
3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	29
3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	35
3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	30
4	2	2	3	3	3	3	3	2	4	29
2	3	4	4	2	1	2	2	2	2	24
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	36

3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	29
4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	36
3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	32
3	3	2	2	3	3	4	4	4	3	31
2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	24
4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	30
3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	28
2	4	3	2	2	3	4	4	3	3	30
3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	27
3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	28
4	2	4	3	2	3	4	4	3	3	32
2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	24
3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	27
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
2	3	4	2	2	2	3	2	2	2	24
3	3	3	2	2	4	3	2	3	2	27
2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	24
2	4	2	2	3	4	3	3	3	3	29
2	4	4	2	3	4	3	4	4	4	34
3	3	4	2	2	3	2	2	2	2	25
2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	19
3	2	4	2	3	3	2	3	3	3	28
2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	25
3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	29
2	2	2	3	4	4	3	3	3	3	29
2	2	3	2	3	4	2	3	3	3	27
3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	26
3	2	3	3	1	4	4	4	4	3	31
2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	28
2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	31
3	2	3	2	3	4	2	3	4	4	30
3	2	3	3	3	4	4	3	2	3	30

3	3	4	4	4	4	3	4	3	2	34
3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	31
3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	32
2	3	3	3	4	3	2	4	3	3	30
3	3	4	4	3	4	4	2	3	2	32
3	4	3	3	4	4	2	3	2	2	30
2	4	3	2	3	4	4	3	4	4	33
2	3	2	2	3	4	4	4	4	4	32
3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	32
3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	36
2	2	3	3	3	3	4	3	4	3	30
2	2	4	4	2	3	3	3	4	4	31
3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	28
2	2	3	2	3	4	3	4	3	3	29
3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	29
2	2	3	2	4	3	3	3	4	3	29
3	2	2	2	4	4	3	4	3	3	30
2	3	3	3	4	4	3	3	2	2	29
2	3	4	3	3	2	3	4	4	3	31
2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	26
2	2	2	2	4	4	2	4	3	3	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29
2	2	4	2	2	3	2	3	2	2	24
2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	26
2	2	2	2	3	2	4	3	2	2	24
2	1	2	2	4	4	3	3	3	3	27
3	2	4	2	3	4	4	3	4	4	33
2	4	4	2	3	3	2	4	3	4	31
3	2	3	2	2	3	2	4	4	4	29
3	2	4	2	3	3	3	4	4	4	32
2	3	3	3	2	2	2	3	4	3	27
2	2	4	2	3	3	3	3	4	3	29

3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	26
3	2	3	2	1	2	3	2	3	2	23
2	3	3	3	3	3	3	2	4	2	28
2	3	3	3	2	3	4	4	3	2	29
2	4	3	3	2	3	4	3	2	2	28
3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	29
2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	25
3	3	3	3	4	4	3	4	4	2	33
3	4	4	4	2	3	4	3	3	3	33
2	3	2	3	4	4	3	3	2	3	29
3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	29
3	3	3	3	3	1	4	2	4	3	29
2	4	4	4	3	3	2	4	3	3	32
3	4	3	3	3	3	3	2	4	4	32
3	3	3	2	3	3	3	4	2	4	30
2	2	2	2	3	3	4	4	4	3	29
3	3	4	4	3	4	3	3	4	2	33
3	4	4	4	3	3	3	4	3	2	33
3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	30
3	2	4	4	3	4	3	3	3	2	31

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y
3	3	3	4	3	4	2	3	3	28
4	3	3	4	3	3	3	3	3	29
3	3	3	4	4	3	4	4	4	32
2	3	3	4	3	4	3	3	3	28
2	2	2	3	4	3	4	3	3	26
3	3	3	4	4	3	2	1	1	24
4	4	4	3	3	3	4	4	4	33
3	3	3	3	3	3	4	3	3	28
2	3	3	2	1	2	3	3	3	22
3	3	3	3	3	3	4	4	4	30

4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
3	3	3	3	3	3	4	3	4	29
4	3	3	2	3	3	2	1	2	23
2	1	1	2	2	2	3	3	3	19
4	4	4	3	3	3	4	3	3	31
4	3	3	4	4	4	3	3	3	31
3	3	3	3	3	3	2	3	3	26
4	4	4	2	3	3	2	2	2	26
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	4	4	4	4	3	3	3	31
2	2	2	3	3	3	2	3	3	23
2	2	3	4	3	3	3	3	3	26
3	3	3	2	1	1	4	4	4	25
2	4	3	4	4	4	3	3	3	30
3	3	3	4	3	3	4	3	3	29
3	3	2	3	3	3	2	1	1	21
3	4	3	4	4	4	4	4	4	34
1	3	2	3	3	3	3	3	4	25
3	3	3	4	3	4	2	2	2	26
3	3	3	4	3	3	2	2	3	26
2	2	2	4	4	3	3	3	3	26
3	3	2	4	3	4	2	4	3	28
2	1	2	3	4	3	3	3	3	24
3	3	3	4	4	3	3	3	2	28
4	4	4	3	3	3	4	3	3	31
2	3	2	3	3	3	1	3	2	22
2	1	1	2	1	2	3	3	3	18
3	3	2	3	3	3	3	3	3	26
2	3	3	4	3	3	2	2	2	24
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
3	4	3	2	3	3	2	1	2	23
3	3	2	2	2	2	3	3	3	23

2	2	2	3	3	3	4	4	4	27
3	3	2	3	3	3	3	3	3	26
2	3	3	2	3	3	2	2	2	22
4	4	4	3	3	3	3	3	2	29
4	3	3	4	4	4	4	3	2	31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
3	3	4	2	1	1	3	3	3	23
3	3	3	4	4	4	4	3	3	31
4	3	4	3	3	4	4	3	3	31
4	3	3	2	2	2	3	3	3	25
4	4	3	2	2	3	3	3	3	27
4	3	4	3	3	3	3	3	3	29
3	4	3	2	4	3	4	4	3	30
4	4	3	3	3	3	4	3	2	29
3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
3	3	3	3	4	3	3	4	4	30
2	1	2	1	3	2	3	2	3	19
3	3	3	3	3	3	4	3	2	27
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
3	3	3	2	2	2	3	4	4	26
2	3	3	3	3	2	4	3	3	26
2	2	2	2	1	2	2	3	2	18
3	3	3	3	3	3	3	2	2	25
4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
3	3	3	2	3	2	4	4	4	28
2	3	3	2	1	1	3	3	3	21
3	3	3	3	3	2	3	4	4	28
4	4	4	2	3	3	3	4	3	30
3	3	3	3	3	3	3	4	4	29
4	3	3	3	4	3	3	2	2	27
2	1	1	3	3	2	4	3	3	22

4	4	4	2	2	2	4	3	3	28
4	3	3	3	3	2	3	4	3	28
3	3	3	2	3	3	4	3	3	27
4	4	4	4	4	4	3	2	2	31
3	3	3	4	3	3	4	4	3	30
4	3	4	3	3	3	3	2	2	27
4	3	3	4	4	4	4	3	3	32
4	4	3	3	3	4	3	3	2	29
4	3	4	3	3	3	4	4	4	32
3	4	3	4	3	4	4	3	4	32
4	4	3	4	3	3	4	4	3	32
3	3	3	4	4	3	2	2	3	27
3	3	3	4	3	4	3	3	3	29
2	1	2	3	4	3	3	3	3	24
3	3	3	4	4	3	4	3	3	30
4	3	3	3	3	3	4	3	3	29
3	3	3	3	3	3	3	2	2	25
2	3	3	2	1	2	3	3	3	22
2	2	2	3	3	3	3	2	3	23
3	3	3	4	3	3	3	3	4	29
4	4	4	3	3	3	2	3	2	28
3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
2	3	3	2	2	2	3	3	3	23
4	4	4	3	3	3	2	2	4	29
3	3	4	4	4	4	3	3	3	31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27

Lampiran 4. Uji Instrumen Penelitian Uji Validitas

Correlations

		X1		X2		Y		
X1.1	Pearson Correlation	.714**	X2.1	Pearson Correlation	.373**	Y1	Pearson Correlation	.615**
	Sig. (2-tailed)	0.000		Sig. (2-tailed)	0.000		Sig. (2-tailed)	0.000
	N	100		N	100		N	100
X1.2	Pearson Correlation	.514**	X2.2	Pearson Correlation	.316**	Y2	Pearson Correlation	.612**
	Sig. (2-tailed)	0.000		Sig. (2-tailed)	0.001		Sig. (2-tailed)	0.000
	N	100		N	100		N	100
X1.3	Pearson Correlation	.516**	X2.3	Pearson Correlation	.272**	Y3	Pearson Correlation	.624**
	Sig. (2-tailed)	0.000		Sig. (2-tailed)	0.006		Sig. (2-tailed)	0.000
	N	100		N	100		N	100
X1.4	Pearson Correlation	.439**	X2.4	Pearson Correlation	.323**	Y4	Pearson Correlation	.591**
	Sig. (2-tailed)	0.000		Sig. (2-tailed)	0.001		Sig. (2-tailed)	0.000
	N	100		N	100		N	100
X1.5	Pearson Correlation	.247*	X2.5	Pearson Correlation	.494**	Y5	Pearson Correlation	.560**

	Sig. (2-tailed)	0.013		Sig. (2-tailed)	0.000		Sig. (2-tailed)	0.000
	N	100		N	100		N	100
X1.6	Pearson Correlation	.371**	X2.6	Pearson Correlation	.543**	Y6	Pearson Correlation	.600**
	Sig. (2-tailed)	0.000		Sig. (2-tailed)	0.000		Sig. (2-tailed)	0.000
	N	100		N	100		N	100
X1.7	Pearson Correlation	.564**	X2.7	Pearson Correlation	.602**	Y7	Pearson Correlation	.462**
	Sig. (2-tailed)	0.000		Sig. (2-tailed)	0.000		Sig. (2-tailed)	0.000
	N	100		N	100		N	100
X1.8	Pearson Correlation	.468**	X2.8	Pearson Correlation	.551**	Y8	Pearson Correlation	.455**
	Sig. (2-tailed)	0.000		Sig. (2-tailed)	0.000		Sig. (2-tailed)	0.000
	N	100		N	100		N	100
X1.9	Pearson Correlation	.567**	X2.9	Pearson Correlation	.595**	Y9	Pearson Correlation	.361**
	Sig. (2-tailed)	0.000		Sig. (2-tailed)	0.000		Sig. (2-tailed)	0.000
	N	100		N	100		N	100
X1.10	Pearson Correlation	.260**	X2.10	Pearson Correlation	.498**	Y	Pearson Correlation	.1

	lation		lation		lation
	Sig. (2-tailed)	0.009		Sig. (2-tailed)	0.000
	N	10		N	10
X1	Pearson Correlation	1	X2	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)			Sig. (2-tailed)	
	N	10		N	10

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

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

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.693	10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.693	10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items

Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	3.13423046
Most Extreme Differences	Absolute	0.076
	Positive	0.055
	Negative	-0.076
Test Statistic		0.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.162 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.023	1.978		2.539	0.013
	X1	-0.110	0.056	-0.209	-1.948	0.054
	X2	0.021	0.064	0.035	0.325	0.746

a. Dependent Variable: Abs_RES

Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.842	3.307		3.278	0.001		
X1	0.342	0.094	0.352	3.624	0.000	0.858	1.165
X2	0.219	0.107	0.198	2.044	0.044	0.858	1.165

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 6. Uji Hipotesis Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.842	3.307		3.278	0.001
X1	0.342	0.094	0.352	3.624	0.000
X2	0.219	0.107	0.198	2.044	0.044

a. Dependent Variable: Y

Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	267.273	2	133.637	13.329	.000 ^b
	Residual	972.517	97	10.026		
	Total	1239.790	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Koefisien Determinasi R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1				

1	.464 ^a	0.216	0.199	3.166
---	-------------------	-------	-------	-------

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Fira Respita
Pekerjaan/ NIM : Mahasiswa / 180603069
Tempat/ Tanggal Lahir : Kampung Aie/ 30 Januari 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Jl. Tgk di ujung, Desa kampung aie,
kec simeulue tengah,
kab simeulue
Riwayat Pendidikan : SMP N.1 Simeulue tengah
SMA N.1 Simeulue tengah
UIN Ar-Raniry.

