

**PENGARUH KEGUNAAN, KEMUDAHAN, RISIKO DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN *MOBILE*
*BANKING***

(Studi Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

AULIA RACHMAN

NIM. 170603239

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023 M/ 1445 H**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA
ACEH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7557442 Situs: [www. syariah.ar-raniry.ac.id](http://www.syariah.ar-raniry.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Aulia Rachman
NIM : 170603239
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

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

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 25 Desember 2023

Yang menyatakan



(AULIA RACHMAN)

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI
SKRIPSI

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

Dengan Judul:

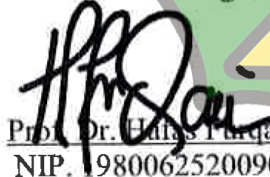
**PENGARUH KEGUNAAN, KEMUDAHAN, RISIKO DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN *MOBILE*
BANKING
(STUDI PADA MAHASISWA S1 PERBANKAN SYARIAH FEBI UIN AR-
RANIRY)**

Disusun Oleh

Aulia Rachman
Nim: 170603239

Disetujui Untuk di seminarkan dan dinyatakan bahwa isi dan Formatnya telah
memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian Studi pada Program
Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,


Prof. Dr. Hufus Farqam, M.Ec
NIP. 198006252009011009

Pembimbing II,


Evriyenni, S.E., M.Si., CTT., CATr
NIDN. 2013048301

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah


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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Risiko Dan Kualitas Layanan Terhadap
Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*
(Studi Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry)**

Aulia Rachman
NIM: 170603239

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: Jum'at 08 Desember 2023
24 Jumadil Awal 1445 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

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

Sekretaris,

Evriyenni, S.E., M.Si., CTT., CATr
NIDN. 2013048301

Penguji I,

Isnaliana, S.M.I., M.A.
NIP. 201806290919920268

Penguji II,

Evy Iskandar, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA
NIDN. 2024026901

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

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



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

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

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Aulia Rachman
NIM : 170603239
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : 170603239@student.ar-raniry.ac.id

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

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi ☐

yang berjudul:

Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Risiko dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry)

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.

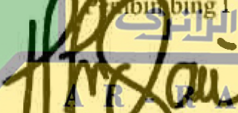
UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 08 Desember 2023

Mengetahui,

Penulis	Pembimbing I	Pembimbing II
		
Aulia Rachman NIM: 170603239	Prof. Dr. Daras Furgani, M.Ec NIP. 198006252009011009	Evriyenni, S.E., M.Si., CTT., CATr NIDN. 2013048301

MOTTO DAN PERSEMBAHAN



“Maka Sesungguhnya Bersama Kesulitan Itu Ada Kemudahan”

(Al-Quran Surat Al-Insyirah:5)

“Apabila Yang Kamu Senangi Tidak Terjadi Maka Senangilah Apa Yang Terjadi”

(Ali Bin Abi Thalib)

Segala puji bagi Allah yang Maha Sempurna dengan memohon keberkahan dan keridhoan-Nya kupersembahkan karya kecil ini sebagai tanda cinta dan kasih sayangku kepada kedua orang tua tercinta, terima kasih kepada ibu dan Ayah atas segala doa dan dukungannya. Serta sahabat-sahabat yang telah memberikan semangat tiada henti untuk penyelesaian karya tulis ini. Jazaakumullahu Khaira.



KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Risiko dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry)”. Tidak lupa pula, shalawat beserta salam penulis limpahkan kepada pangkuan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat perjuangan beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam jahiliyah ke alam islamiyah, dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan, seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini merupakan kewajiban yang harus penulis selesaikan dalam rangka melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan sebagai pembimbing I yang telah membantu dan memberikan arahan sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag, selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah. Inayatillah., MA., Ek, selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah.
3. Evriyenni, S.E., M.Si., CTT., CATr, selaku pembimbing II yang telah sangat banyak memberikan masukan, saran dan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Hafizh Maulana, SP., S.HI., ME, sebagai ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

5. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah banyak memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis.
6. Teristimewa penulis persembahkan skripsi ini kepada Ayahanda tercinta Samiun serta Ibunda tercinta Nurhayati yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta dorongan yang luar biasa selama penulis mengikuti perkuliahan sampai menyelesaikan pendidikan, serta penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.
7. Skripsi ini juga penulis persembahkan kepada seluruh keluarga besar saya yang terus memberikan semangat dan motivasi dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih banyak yang tak terhingga untuk semua doa dan dukungannya.
8. Terima kasih juga kepada sahabat-sahabat saya dan kawan seperjuangan di Perbankan Syariah angkatan 2017.
9. Seluruh pihak yang tidak bisa di sebutkan satu persatu yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat di selesaikan. Semoga kebaikan yang telah di berikan, hanya Allah SWT membalas semua kebaikan kepada kalian semua.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Penulis berharap semua yang dilakukan menjadi amal ibadah dan dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca sebagai motivasi bagi penulis. Semoga kita selalu mendapat ridha dari Allah SWT. Amin Ya Rabbal'alam.

Banda Aceh, 25 Desember 2023

Aulia Rachman

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

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

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
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	H	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	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Faṭḥah</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>Faṭḥah</i> dan ya	ai
◌ُ و	<i>Faṭḥah</i> dan wau	au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haula*

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
◌َ ا	<i>Faṭḥah</i> dan alif atau ya	Ā
◌ِ ي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
◌ُ و	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة)hidup

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

b. Ta *marbutah* (ة) mati

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

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

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl/ raudatul atfāl*

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

al-Madīnatul Munawwarah

طَلْحَةُ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.

Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Aulia Rachman
NIM : 170603239
Fakultas/Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Risiko dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry)".
Pembimbing I : Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec
Pembimbing II: Evriyenni, S.E., M.Si., CTT., CATr

Kemajuan di era modern dalam perbankan yaitu adanya *Mobile Banking*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kegunaan, kemudahan, risiko dan kualitas layanan *mobile banking* secara simultan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry menggunakan *mobile banking*, baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiasi. Populasi seluruh nasabah yang berjumlah 727 dan sampel 100 orang. Teknik pengumpulan data kuesioner. Analisa data menggunakan SPSS Versi 26. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kegunaan, kemudahan, risiko dan kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* dengan nilai signifikan sebesar $0,004 < 0,05$. Kegunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Kemudahan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Risiko berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* dengan nilai signifikan sebesar $0,963 > 0,05$.

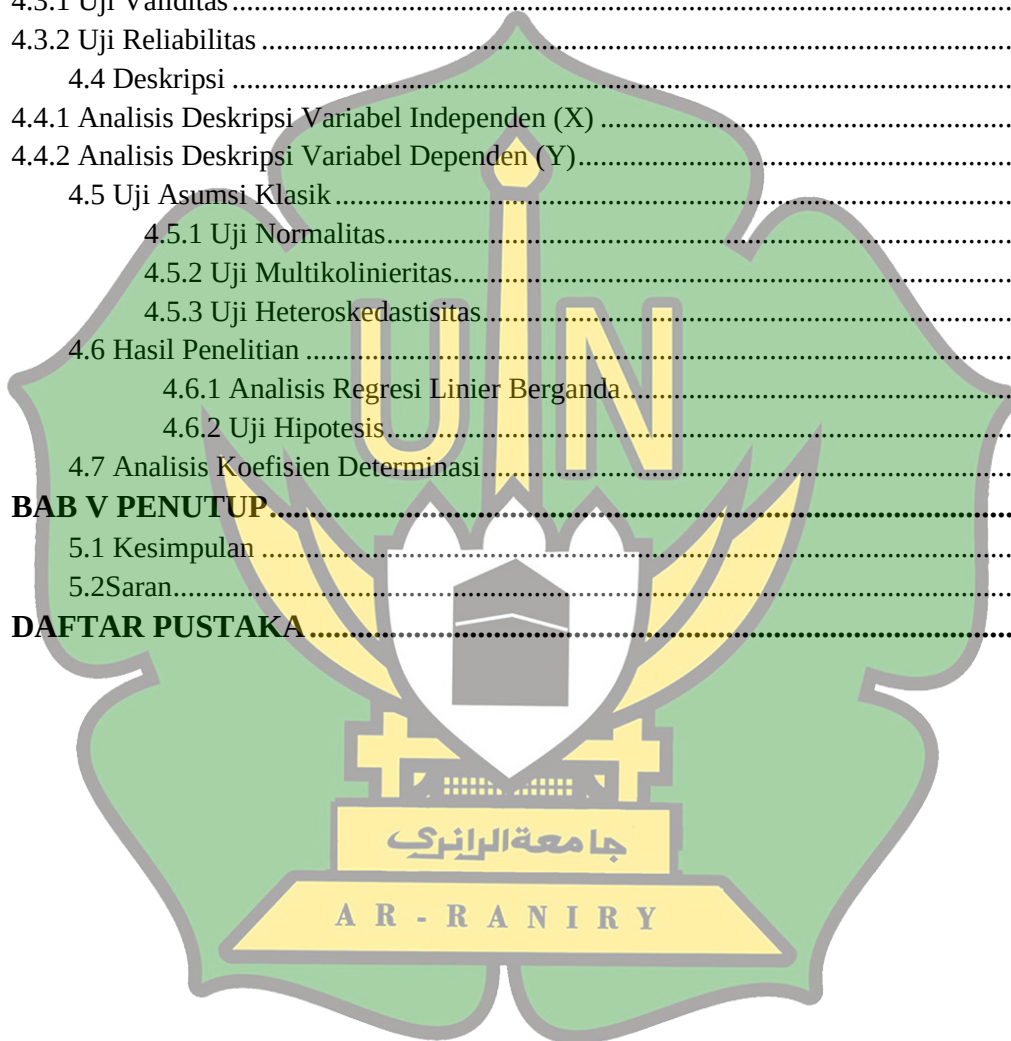
Kata Kunci : Kegunaan, Kemudahan, Risiko, Kualitas Layanan, Minat, *Mobile Banking*

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	vi
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN.....	viii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	10
2.1 Teori <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	10
2.1.1 Pengertian <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	10
2.1.2 Tujuan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	11
2.1.3 Kelebihan dan Kelemahan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	11
2.1.4 Konstruksi-Konstruksi <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	12
2.2 <i>Mobile Banking</i>	15
2.2.1 Pengertian <i>Mobile Banking</i>	15
2.2.2 Sejarah atau Perkembangan <i>Mobile Banking</i>	16
2.2.3 Tujuan <i>Mobile banking</i>	17
2.2.4 Fungsi dan Fitur <i>Mobile banking</i>	18
2.3 Minat Nasabah	19
2.3.1 Pengertian Minat	19
2.3.2 Ciri-Ciri Minat	21
2.3.3 Jenis-Jenis Minat.....	22
2.3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat.....	23
2.3.5 Indikator Minat	25
2.4 Kegunaan <i>Mobile Banking</i>	26
2.4.1 Pengertian Kegunaan <i>Mobile Banking</i>	26
2.4.2 Persepsi Kegunaan <i>Mobile Banking</i>	27
2.4.3 Macam Kegunaan <i>Mobile Banking</i>	28
2.4.4 Indikator Kegunaan <i>Mobile Banking</i>	28
2.5 Kemudahan <i>Mobile Banking</i>	29
2.5.1 Pengertian Kemudahan <i>Mobile Banking</i>	29
2.5.2 Manfaat Kemudahan <i>Mobile Banking</i>	30
2.5.3 Persepsi Kemudahan <i>Mobile Banking</i>	31
2.5.4 Indikator Kemudahan <i>Mobile Banking</i>	31

2.6 Risiko	33
2.6 Pengertian Risiko <i>Mobile Banking</i>	33
2.6.2 Persepsi Risiko Penggunaan	33
2.6.3 Jenis-Jenis risiko <i>Mobile Banking</i>	34
2.6.4 Indikator Risiko	34
2.7 Kualitas Layanan.....	35
2.7.1 Pengertian Kualitas Layanan	35
2.7.2 Tujuan Jasa Layanan.....	37
2.7.3 Karakteristik Layanan.....	38
2.7.4 Indikator Kualitas Layanan.....	39
2.8 Penelitian Terkait	43
2.9 Hubungan Antar Variabel	46
2.9.1 Pengaruh Variabel Kegunaan terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	46
2.9.2 Pengaruh Variabel Kemudahan terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	47
2.9.3 Pengaruh Variabel Risiko terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	48
2.9.4 Pengaruh Variabel Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	49
2.10 Batasan Generasi	49
2.11 Kerangka Pemikiran.....	50
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Desain Penelitian.....	51
3.1.1 Jenis Penelitian.....	51
3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	51
3.2 Populasi dan Sampel	51
3.2.1 Populasi Penelitian.....	51
3.2.2 Sampel Penelitian.....	52
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.3.1 Sumber Data.....	53
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.3.3 Skala Pengukuran.....	54
3.4 Definisi Oprasionalisasi Variabel.....	55
3.5 Uji Kualitas Data Penelitian.....	57
3.5.1 Uji Validitas	57
3.5.2 Uji Reliabilitas	58
3.6 Uji Asumsi Klasik	58
3.6.1 Uji Normalitas.....	58
3.6.2 Uji Multikolieritas.....	59
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	60
3.7 Analisis Regresi Berganda	60
3.8 Uji Hipotesis.....	61
3.8.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	61
3.8.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	61
3.8.3 Uji Koefisien Determinasi r^2	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	63
4.1.1 Profil Prodi Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry.....	64

4.1.2 Visi dan Misi Prodi Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry	65
4.1.3 Perkembangan Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry	66
4.2 Aplikasi <i>Mobile Banking</i> di Banda Aceh.....	67
4.2.1 Bank-bank Provider mobile banking di Banda Aceh.....	67
4.2.2 Aktivasi dan operasionalisasi Mobile banking	67
4.2.3 Persaingan Fitur Mobile Banking	68
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	69
4.3.1 Uji Validitas	69
4.3.2 Uji Reliabilitas	70
4.4 Deskripsi	71
4.4.1 Analisis Deskripsi Variabel Independen (X)	71
4.4.2 Analisis Deskripsi Variabel Dependen (Y).....	73
4.5 Uji Asumsi Klasik	74
4.5.1 Uji Normalitas.....	74
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	75
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	77
4.6 Hasil Penelitian	78
4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
4.6.2 Uji Hipotesis.....	79
4.7 Analisis Koefisien Determinasi.....	81
BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa Aktif S1 Perbankan Syariah	4
Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan	45
Tabel 4.1 Uji Validitas	69
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.3 Penjabaran Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Persetujuan Kegunaan.....	71
Tabel 4.4 Penjabaran Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Persetujuan Kemudahan	72
Tabel 4.5 Penjabaran Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Persetujuan Risiko	72
Tabel 4.6 Penjabaran Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Persetujuan Kualitas Layanan.....	73
Tabel 4.7 Penjabaran Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Persetujuan Minat	73
Tabel 4.8 Uji Normalitas.....	74
Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas.....	76
Tabel 4.10 Analisis Regresi Linier Berganda	78
Tabel 4.11 Uji T	79
Tabel 4.12 Uji F	81
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi.....	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia	1
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	50
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas	75
Gambar 4.2 Normal P-P Plot	75
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	77



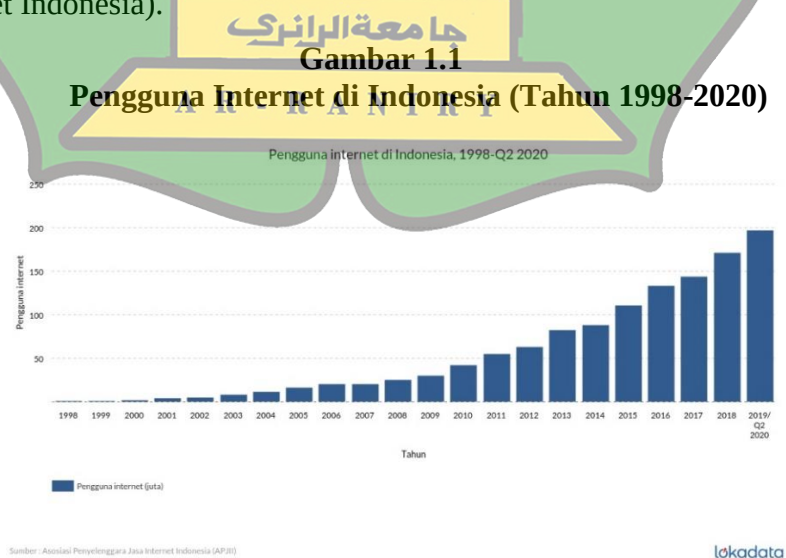
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi atau dalam bahasa aslinya *information technology* merupakan penjabaran dari teknologi baru. Hal ini dimaksudkan karena setiap berbicara mengenai teknologi informasi, maka yang menjadi pokok bahasan adalah perangkat yang menggunakan mesin mikro atau perangkat mini. Teknologi informasi dapat dimaksudkan sebagai kegiatan pengumpulan, pengolahan, pengelolaan, penyimpanan, penyebaran dan pemanfaatan suatu informasi. Selain menyangkut perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*), teknologi ini juga memperhatikan kepentingan manusia dalam pemanfaatannya. Sehingga dengan adanya suatu kemajuan teknologi informasi dapat memberikan manfaat bagi penggunanya untuk mempermudah suatu pekerjaan khususnya dalam kehidupan masyarakat (Nuryanto, 2012).

Perkembangan teknologi pada era globalisasi yang berkembang pesat ini dapat digunakan sebagai fasilitas pendukung yang digunakan pada aktivitas seluruh lapisan masyarakat. Saat ini, teknologi tidak disajikan dari kehidupan masyarakat, bahkan dapat dikatakan sebagai kebutuhan primer sebagian besar lapisan masyarakat. Adapun hasil riset yang dilakukan oleh APJJI (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia).



Sumber : APJJI, 2021

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa setiap tahunnya jumlah pengguna internet semakin meningkat. Dengan demikian, masyarakat tentu menginginkan keefektifan dan keefisienan suatu komunikasi yang terjalin antar sesama guna mendapatkan informasi yang diinginkan sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini. Dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia menjadi bukti bahwa masyarakat Indonesia sudah maju akan teknologi dan mampu bersaing dalam bisnis dengan menggunakan internet sebagai teknologi informasinya.

Perkembangan sistem teknologi informasi ini pun berpengaruh pada berbagai bidang, termasuk dalam bidang perbankan dalam dunia perbankan, kemajuan sistem teknologi informasi mendorong bank untuk mengikuti arus perubahan. Salah satu bentuk yang berkembang saat ini dalam pemanfaatan teknologi informasi yaitu internet. Internet adalah informasi dengan data base atau perpustakaan multimedia yang sangat besar dan lengkap. Penggunaan internet banyak dilakukan di berbagai hal tidak terkecuali sektor perbankan, Dengan kebutuhan sektor perbankan yang tinggi, maka tuntutan terhadap perbankan agar mempermudah layanannya menjadi hal yang penting. Berbagai fasilitas dari perbankan disiapkan untuk para konsumen agar konsumen dapat menggunakan fasilitasnya kapanpun, dimanapun dan dalam berbagai hal. Salah satu fasilitas di sektor perbankan yang paling berkontribusi dalam membantu aktivitas keuangan dalam *Mobile Banking* (Nurastuti, 2012).

Mobile Banking merupakan layanan-layanan perbankan yang menggunakan media elektronik sebagai perantaranya yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari, rumah, tempat usaha atau di lokasi-lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer telepon seluler dan telepon rumah dengan adanya *Mobile Banking* setiap proses transaksi dalam suatu perbankan dapat diatasi dan dilakukan dengan efektif dan efisien dimanapun dan kapanpun. Dengan berbagai fasilitas dan kegunaan dari *Mobile Banking*.

Dalam dunia perbankan bukan hanya bank konvensional yang menggunakan sistem teknologi, melainkan bank-bank berbasis syariah pun menggunakannya untuk memudahkan dalam segi layanan. Layanan *m-banking* bank syariah adalah pengembangan dari dua bentuk inovasi bank syariah sebelumnya *SMS-banking* dan

internet banking. Jenis-jenis layanan perbankan syariah yang terdapat pada *m-banking* relatif sama dengan internet banking seperti transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, pembayaran, pembelian dan layanan lainnya. Layanan *m-banking* digunakan dengan perangkat *smartphone Blacberry, Apple* dan HP dengan sistem operasi berbasis Android dan Windows (Yusmad, 2018).

Kemudahan yang didapat dalam penggunaan *m-banking* tentu sangat banyak dibandingkan dengan *e-banking*. Salah satu contohnya yaitu kemudahan dalam mengakses layanan *m-banking*. Antara *m-banking* dan *e-banking* sama-sama menggunakan jaringan internet untuk mengaksesnya, perbedaannya yaitu layanan *m-banking* bisa diakses dengan mudah dan cepat melalui sebuah aplikasi yang telah terpasang pada *handphone* serta cukup dengan menggunakan PIN layanan *m-banking* bisa dijalankan untuk transaksi perbankan namun berbeda dengan layanan *e-banking* dalam kegiatan aksesnya perlunya masuk ke dalam sebuah alamat web yang tersedia dan ketika akan melakukan transaksi perbankan memerlukan alat tambahan berupa token untuk melakukan otentikasi. Kedua layanan ini mempunyai banyak manfaat diantaranya dapat menghemat waktu, biaya serta tenaga bagi penggunanya (Prastiya, 2020).

Salah satu golongan nasabah yang juga harus diperhatikan oleh pihak bank dalam penggunaan mobile banking adalah mahasiswa. Mahasiswa merupakan kalangan anak muda yang menjadi pengguna aktif perangkat *mobile banking*. Mahasiswa sebagai seorang nasabah memiliki berbagai faktor yang mempengaruhi minat menggunakan mobile banking. Pada dasarnya nasabah akan berminat menggunakan *mobile banking* ketika kegunaan dan kemudahan dalam menggunakan layanan tersebut sesuai dengan nasabah, begitu juga dengan faktor risiko dan kepercayaan yang diberikan oleh pihak bank. Namun sebaliknya, ketika nasabah menganggap faktor tersebut tidak sesuai maka nasabah kurang berminat menggunakan *mobile banking*. Selain itu tidak sedikit nasabah yang belum mau menggunakan layanan mobile banking karena merasa layanan tersebut tidak sesuai dengan harapan (Fakhrurozi, 2018).

Para mahasiswa yang terdaftar di Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Banda Aceh, sebagian besar berada dalam kelompok Generasi Milenial dan Generasi Z. Dalam periode 2016

hingga 2022, rata-rata usia mahasiswa S1 Perbankan Syariah berkisar antara 18 hingga 25 tahun, yang merupakan ciri khas dari Generasi Milenial dan Generasi Z. Pada penelitian yang dilakukan ini mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry merupakan target yang akan diteliti selain masuk kedalam kategori generasi milenial mahasiswa S1 Perbankan Syariah sendiri memiliki akses penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) dalam kehidupan sehari-hari dan juga paham tentang penggunaan APMK sebagaimana mestinya karena dipelajari dalam beberapa materi perkuliahan di S1 Perbankan Syariah itu sendiri.

Tabel 1.1
Jumlah Mahasiswa Aktif S1 Perbankan Syariah

No	Tahun	Mahasiswa Aktif	Mahasiswa responded
1	2016	25	5
2	2017	61	20
3	2018	119	15
4	2019	195	15
5	2020	105	20
6	2021	106	15
7	2022	116	10
Total		727	100

Sumber: Data Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2023

Model untuk penelitian ini didasarkan pada teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu menggunakan *mobile banking*. TAM memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan secara parsimony atas faktor penentu adopsi dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi itu sendiri (Davis, 2009).

TAM berfokus pada sikap terhadap pemakaian teknologi informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan (*Perceived Easy Of Use*) dalam pemakaian teknologi informasi. TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakaian yang berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi dengan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi. Persepsi

kebermanfaatan adalah tingkatan sejauh mana seseorang berkeyakinan bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan prestasi kerjanya, sedangkan persepsi kemudahan mengacu pada tingkatan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan menjadikan upayanya lebih ringan (Davis, 1989). Davis dalam Hapsara (2015) mendefinisikan persepsi atas kegunaan (*perceived usefulness*) sebagai “suatu tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja”. Dengan demikian maka dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi kegunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan.

Sementara itu, kemudahan menurut Wibowo dalam Amanullah (2014) penggunaannya dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu interaksi individu dengan sistem yang jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut dan mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan bank adalah dengan memperhatikan kemudahan pengguna yang dapat dimengerti dengan mudah sehingga nasabah tidak mengalami kesulitan ketika mengoperasikan sistem layanan mobile banking.

Risiko didefinisikan sebagai perkiraan subjektif konsumen untuk menderita kerugian dalam menerima hasil diinginkan Pavlou (2001). Menurut Dowling dan Staelin dalam Pavlou (2001), kalau risiko itu meningkat dari sekedar informasi sampai pada keputusan pembelian produk (transaksi), risiko diasosiasikan dengan kepercayaan. Persepsi risiko adalah suatu persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan kegiatan (Farizi dan Syaefullah, 2013).

Kualitas layanan adalah fitur perlengkapan untuk interaktivitas nasabah, fitur merupakan kriteria penting yang menarik perhatian nasabah di dalam penyampaian jasa mobile banking. Minat perilaku (*behavioral intention*) menurut Jogiyanto (2007) adalah suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behavioral*) jika mempunyai keinginan atau minat (*behavioral intention*) untuk melakukannya. Minat berhubungan dengan perilaku-perilaku atau Tindakan-tindakan, akan tetapi

minat dapat berubah menurut waktu, semakin lebar interval waktu, semakin dimungkinkan terjadi perubahan-perubahan minat seseorang.

Terdapat sejumlah peneliti yang mengungkap analisis pengaruh kegunaan, kemudahan, risiko dan kualitas layanan terhadap minat menggunakan *mobile banking* yaitu Hapsara (2015) yang berjudul Pengaruh kegunaan, kemudahan dan risiko dan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking*, yang memilih nasabah bank BRI sebagai objek penelitiannya, memberikan hasil bahwa kegunaan, kemudahan, risiko dan kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Penelitian Pratiwi (2012) menunjukkan persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan pengalaman tidak berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* bagi nasabah Bank BCA di Surabaya. Karena dari ketiga variabel bebas, hanya persepsi manfaat yang secara signifikan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Hadri (2007) menyebutkan bahwa faktor kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *mobile banking*. Habibi (2015) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *mobile banking* syariah, dan persepsi kenyamanan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *mobile banking* syariah.

Penelitian relevan lainnya juga dilakukan oleh Hanif (2017) menyebutkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *mobile banking*. Begitu juga penelitian Mubiyantoro dan Syaefullah (2014) yang menunjukkan bahwa konstruk persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kesesuaian berpengaruh terhadap sikap untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Sebaliknya, konstruk persepsi kegunaan dan persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap sikap digunakannya layanan *mobile banking*. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut diyakini bahwa persepsi kegunaan, kemudahan, kepercayaan dan kenyamanan sangat berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Berdasarkan dari *Research Gap* diatas dapat dilihat bahwa terdapat hasil yang berbeda antara penelitian satu dengan yang lain dari tiap variabel, sehingga dalam hal ini penelitian baru menjadi penting untuk membuktikan hasil dari penelitian

yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga akan memberikan jawaban yang pasti atas masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Oleh karena itu, perlu untuk adanya sebuah penelitian yang dapat memberikan gambaran mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi mahasiswa untuk menggunakan *mobile banking* sehingga diharapkan akan dapat memberikan referensi dalam pengembangan *mobile banking* ke depan agar semakin banyak digunakan, Oleh karena itu penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Risiko dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah yang dapat digambarkan dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah kegunaan *mobile banking* berpengaruh terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry menggunakan *mobile banking*?
2. Apakah kemudahan *mobile banking* berpengaruh terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry menggunakan *mobile banking*?
3. Apakah risiko *mobile banking* berpengaruh terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry menggunakan *mobile banking*?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry menggunakan *mobile banking*?
5. Apakah, kegunaan, kemudahan, risiko dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry menggunakan *mobile banking*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kegunaan *mobile banking* terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry menggunakan *mobile banking*.

2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan *mobile banking* terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry menggunakan *mobile banking*.
3. Untuk mengetahui pengaruh risiko *mobile banking* terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry menggunakan *mobile banking*.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry menggunakan *mobile banking*.
5. Untuk mengetahui pengaruh kegunaan, kemudahan, risiko dan kualitas layanan *mobile banking* secara simultan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry menggunakan *mobile banking*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Secara Teoritis Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan, risiko dan kualitas layanan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.
2. Manfaat Secara Praktis
 - a. Bagi Penelitian Selanjutnya Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk mengetahui minat nasabah terhadap penggunaan *mobile banking*. Serta memberikan informasi mengenai pentingnya dan manfaat dalam pengungkapan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* maupun sebagai salah satu bahan referensi atau bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya dan sebagai penambah wacana keilmuan.
 - b. Bagi Perbankan, diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat untuk perusahaan perbankan khususnya bank Mandiri untuk dapat mengembangkan inovasi baru dari sistem *mobile banking* di masa yang akan datang yang nyaman, aman, dan memiliki fitur yang menarik, sehingga nasabah bank Mandiri dapat tetap menerima dan selalu menggunakan fasilitas layanan elektronik *mobile banking*.

1.5 Sistematika Penulisan

Hasil penelitian ini akan disusun dalam bentuk skripsi dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Bab I merupakan bagian pendahuluan yang berisi tentang pendahuluan yang menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan sesuai dengan judul skripsi ini.

BAB II Landasan

Bab II merupakan bagian yang membahas landasan teori yang memuat tentang berbagai teori-teori, penelitian terkait atau yang sudah pernah diteliti, model penelitian atau kerangka berfikir dan pengembangan hipotesis yang mendasari dan berhubungan dengan topik permasalahan yang akan diteliti.

BAB III Metode Penelitian

Pada bab III menguraikan bagian metode penelitian yang menjelaskan rencana dan prosedur penelitian yang dilakukan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Pada bab ini akan memaparkan tentang lokasi penelitian, jenis penelitian, sumber data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, definisi dan operasionalisasi variabel, skala pengukuran, uji kualitas data penelitian, uji asumsi klasik, metode analisis data, serta pembuktian hipotesis.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Sementara itu BAB IV menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan yang menyangkut karakteristik responden, statistik deskriptif, hasil uji kualitas data penelitian, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis regresi linier berganda, dan pembahasan dari hasil analisis data dalam penelitian yang dilakukan.

BAB V Penutup

Sedangkan pada bab V merupakan bab penutup yang meliputi kesimpulan dari hasil penelitian dan juga saran yang diberikan bagi peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

2.1 Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

2.1.1 Pengertian *Technology Acceptance Model* (TAM)

TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer yang diperkenalkan pertama kali oleh Fred Davis pada tahun 1986. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna terhadap suatu sistem informasi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan (akan manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) dan perilaku, tujuan/keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna/ *user* suatu sistem informasi (Ratnasari dan Jamino, 2017).

Technology Acceptance Model (TAM) adalah model untuk mengukur suatu faktor perilaku penerimaan teknologi komputer yang ditentukan dengan menggunakan dua variabel yang pertama adalah persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya, dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi membuatnya lebih mudah menyelesaikan pekerjaan (Soedijono, dkk, 2017).

Technology Acceptance Model (TAM) adalah suatu model untuk memprediksi dan menjelaskan bagaimana pengguna teknologi menerima dan menggunakan teknologi yang berkaitan dengan pekerjaan pengguna. Model TAM berasal dari teori psikologis untuk menjelaskan perilaku pengguna teknologi informasi yang berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), niat (*intention*) dan hubungan perilaku pengguna (*user behavior relationship*) (Irawati, 2017).

Menurut Davis dalam Jogiyanto (2007) TAM adalah sebuah teori yang dirancang untuk menjelaskan bagaimana pengguna mengerti dan menggunakan sebuah teknologi informasi. TAM menggunakan TRA dari Fishbein dan Ajzen yang digunakan untuk melihat bagaimana tingkat adopsi responden dalam

menerima teknologi informasi. Seiring perkembangan waktu, model TAM telah banyak mengalami modifikasi. Serta menurut Jogiyanto (2007) konstruk sikap terhadap penggunaan ini tidak dimasukkan sebab tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat perilaku.

2.1.2 Tujuan *Technology Acceptance Model* (TAM)

Penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada sebuah lembaga tentu memiliki tujuan tersendiri. Adapun tujuan utama TAM adalah menjadi dasar untuk memahami pengaruh-pengaruh eksternal pada keyakinan internal (internal beliefs) dan tingkah laku (*attitude*) (Natalia, 2014). Penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) juga memiliki tujuan khusus, yaitu untuk menjelaskan perilaku para pengguna komputer (*computer usage behavior*). Model TAM tidak hanya bisa memprediksi, namun juga bisa menjelaskan sehingga peneliti bisa mengidentifikasi mengapa suatu faktor tidak diterima dan memberikan kemungkinan langkah yang tepat (Aprilia, 2016).

2.1.3 Kelebihan dan Kelemahan *Technology Acceptance Model* (TAM)

Setiap teori, model, teknologi dan aplikasi memiliki kelebihan dan kelemahan, TAM juga memiliki kelebihan dan kelemahan. Menurut Natalia (2014) beberapa kelebihan yang diberikan oleh TAM ini adalah:

- a. Banyak model-model penerapan sistem teknologi informasi yang tidak mempertimbangkan faktor psikologis atau perilaku (behavior) pada model mereka. TAM mempertimbangkan faktor psikologis atau perilaku (behavior) tersebut.
- b. TAM dibangun atas dasar teori yang kuat.
- c. TAM telah banyak digunakan dalam berbagai penelitian di bidang teknologi. Hasil menunjukkan sebagian besar dukungan dan menyimpulkan bahwa TAM adalah model yang baik dan hasilnya juga konsisten.
- d. TAM adalah model yang parsimoni (parsimonious) yaitu model sederhana tetapi valid.

Selain dilihat dari kelebihan, TAM menurut Aprilia (2016) juga memiliki kelemahan, adalah sebagai berikut:

- a. TAM belum menjelaskan alasan mengapa pemakai sistem mempunyai kepercayaan sistem tersebut.
- b. TAM tidak menjelaskan perilaku pemakai sistem teknologi tidak dikendalikan dengan kontrol perilaku yang membatasi niat perilaku seseorang.
- c. Banyak penelitian menggunakan TAM yang belum tentu mencerminkan atau mengukur pemakaian sebenarnya.
- d. Penelitian TAM sebaiknya hanya menggunakan sebuah sistem informasi, kenyataannya pengguna sistem dihadapkan pada lebih dari satu sistem informasi.

2.1.4 Konstruksi-Konstruksi *Technology Acceptance Model* (TAM)

Model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*) adalah model penerimaan individu terhadap teknologi yang digunakan. *Technology Acceptance Model* berargumentasi bahwa penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi ditentukan oleh 5 faktor, yaitu:

- a. Persepsi kegunaan terhadap kebermanfaatan (*perceived usefulness*) adalah menggambarkan tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sistem akan meningkatkan kinerjanya.
- b. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) yakni menggambarkan tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sistem informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha dari pemakainya.
- c. Sikap terhadap penggunaan (*attitude towards use*) yakni kecenderungan tanggapan awal atas kondisi yang menyenangkan maupun tidak menyenangkan pada suatu objek tertentu.
- d. Perilaku (*behavior Intention*) merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu atau kecenderungan seseorang untuk tetap menggunakan teknologi tertentu.

- e. Penggunaan nyata (*actual System use*) yakni menggambarkan kondisi nyata pengguna sistem dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu pengguna teknologi (Mudawarah, 2015).

Menurut Davis, TAM memfokuskan pada alasan pengguna untuk menerima atau menolak teknologi informasi dan bagaimana cara untuk meningkatkan penerimaan suatu teknologi (Silva & Dias, 2007: 78). Davis menyebutkan ada 5 konstruk dalam *Technology Acceptance Model* (2019: 319-340) sebagaimana dikutip oleh Endang Fatmawati (2015) berikut:

- a. Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*), adalah tingkat kemudahan yang dirasakan seseorang dalam menggunakan teknologi.
- b. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*), sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja atau kinerja pengguna sistem tersebut.
- c. Sikap terhadap penggunaan teknologi (*Attitude Toward Using*), sebagai perasaan pengguna, baik positif maupun negatif untuk melakukan perilaku yang sudah ditentukan. Dalam artikel yang berjudul Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Perilaku (*Behavioral Aspect*), Nasution menjelaskan bahwa faktor sikap (*attitude*) sebagai salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku individual.
- d. Minat perilaku menggunakan teknologi (*Behavioral Intention to Use*), hal ini didefinisikan sebagai minat (keinginan) seseorang secara sadar untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku di waktu yang akan datang yang telah ditentukan sebelumnya.
- e. Penggunaan teknologi sesungguhnya (*Actual Technology Usage*), hal ini diukur dengan jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan teknologi dan frekuensi penggunaan teknologi tersebut. Penggunaan sistem sesungguhnya (*actual system usage*) merupakan kondisi nyata penggunaan sistem.

Menurut Jogiyanto (2007) terdapat lima konstruk utama yang membentuk TAM, kelima konstruk tersebut adalah sebagai berikut:

a. Persepsi Kegunaan/Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Jogiyanto (2007) mendefinisikan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Manfaat penggunaan TI dapat diketahui dari kepercayaan pengguna TI dalam memutuskan penerimaan TI, dengan satu kepercayaan bahwa penggunaan TI tersebut memberikan kontribusi positif bagi penggunanya. Pengukuran konstruk kegunaan (*usefulness*) menurut Davis dalam Jogiyanto (2007) terdiri dari (1) Menjadikan pekerjaan lebih cepat (*work more quickly*), (2) Bermanfaat (*useful*), (3) Menambah produktifitas (*Increase productivity*), (4) Mempertinggi efektifitas (*enchance efectiveness*) dan (5) Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*).

b. Persepsi Kemudahan Pengguna (*Perceived Ease of Use*)

Kemudahan pengguna (*ease of use*) didefinisikan sebagai sejauhmana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007). Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang didalam mempelajari komputer. Pengguna TI mempercayai bahwa TI yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya (*compatible*) sebagai karakteristik kemudahan penggunaan. Davis dalam Jogiyanto (2007) memberikan beberapa indikator konstruk kemudahan penggunaan yaitu; (1) Kemudahan untuk dipelajari (*easy to learn*), (2) *Controllable* (3) *Clear & understable*, (4) *Flexible*, (5) Keterampilan menjadi bertambah (*easy to become skillful*) (6) Mudah digunakan (*easy to use*). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konstruk kemudahan penggunaan mempengaruhi sikap (*attitude*), minat (*behavioral intention*) dan penggunaan sesungguhnya (*actual usage*).

c. Sikap terhadap Perilaku (*Attitude toward Behaviour*)

Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behaviour*) didefinisikan oleh Davis dalam Jogiyanto (2007) sebagai perasaan positif atau negatif seseorang

jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Beberapa penelitian menunjukkan sikap (*attitude*) berpengaruh secara positif terhadap minat perilaku (*behavioral intention*). Akan tetapi beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa sikap (*attitude*) tidak berpengaruh signifikan keminat perilaku, sehingga sebagian penelitian tidak memasukkan konstruk sikap di dalam model.

d. Minat Perilaku (*Behavioral Intention*)

Minat perilaku adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya (Jogiyanto, 2007). Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa minat perilaku merupakan prediksi terbaik dari penggunaan teknologi oleh pemakai sistem.

e. Perilaku (*Behaviour*)

Perilaku (*behaviour*) adalah tindakan yang dilakukan seseorang. Dalam konteks penggunaan sistem teknologi informasi, perilaku (*behaviour*) adalah penggunaan sesungguhnya (*actual usage*) dari teknologi (Jogiyanto, 2007). Di dalam berbagai penelitian karena penggunaan sesungguhnya tidak dapat diobservasi oleh peneliti yang menggunakan daftar pertanyaan, maka penggunaan sesungguhnya ini banyak diganti dengan nama pemakaian persepsian (*perceived usage*). David dalam Jogiyanto (2007) menggunakan penggunaan yang sesungguhnya, sedangkan Igbariaetal dalam Jogiyanto (2007) menggunakan pengukuran pemakaian persepsian (*perceived usage*) yang diukur sebagai jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi dan frekuensi penggunaannya. menggunakan daftar pertanyaan, maka penggunaan sesungguhnya ini banyak diganti dengan nama pemakaian persepsian (*perceived usage*)

2.2 Mobile Banking

2.2.1 Pengertian Mobile Banking

Mobile banking adalah suatu layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan melalui perangkat seluler, seperti ponsel pintar atau tablet. Layanan ini memungkinkan nasabah untuk

mengakses rekening bank mereka, mentransfer dana, membayar tagihan, memeriksa saldo, dan melakukan berbagai transaksi keuangan lainnya secara mudah dan fleksibel melalui aplikasi perbankan yang telah diinstal di perangkat seluler mereka (Lay, J. 2011).

Mobile banking memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk memberikan akses yang lebih cepat dan praktis bagi nasabah, memungkinkan mereka untuk mengelola keuangan mereka kapan saja dan di mana saja. Penggunaan mobile banking semakin berkembang seiring dengan meningkatnya penetrasi ponsel pintar dan akses internet di seluruh dunia.

2.2.2 Sejarah atau Perkembangan *Mobile Banking*

Mobile Banking, sebagai bagian integral dari revolusi teknologi keuangan, memiliki sejarah yang menarik yang mencerminkan evolusi layanan perbankan dari transaksi konvensional menjadi pengalaman digital yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Berikut adalah kilas balik perkembangan Mobile Banking (Sadiq, M., dkk. (2019):

1. Era Awal (1990-an hingga Awal 2000-an):

- Perkembangan Mobile Banking dimulai pada tahun 1990-an dengan kemunculan teknologi perbankan online. Namun, penggunaan perangkat seluler masih terbatas pada layanan perbankan yang terbatas, seperti cek saldo dan pemberian peringatan transaksi melalui SMS.
- Teknologi WAP (Wireless Application Protocol) menjadi landasan awal bagi akses internet melalui ponsel, membuka pintu untuk transaksi perbankan sederhana. Walaupun belum sepenuhnya terintegrasi, langkah-langkah ini menjadi fondasi bagi perkembangan lebih lanjut.

2. Periode Pertengahan (Akhir 2000-an hingga Awal 2010-an):

- Perkembangan teknologi perangkat seluler dan meningkatnya penetrasi smartphone membawa perubahan signifikan pada Mobile Banking. Aplikasi perbankan mobile mulai dikembangkan untuk platform berbasis iOS dan Android.

- Munculnya teknologi NFC (Near Field Communication) membuka peluang baru untuk pembayaran seluler, memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi hanya dengan mendekatkan ponsel ke terminal pembayaran.

3. Era Modern (2010-an hingga Sekarang):

- Perkembangan teknologi mobile semakin melonjak, didukung oleh kecepatan internet yang lebih tinggi dan kapasitas penyimpanan yang besar pada perangkat seluler.
- Aplikasi Mobile Banking semakin berkembang dengan menawarkan fitur-fitur canggih seperti transfer dana antarbank, pembayaran tagihan, pembelian produk dan layanan, serta pemantauan investasi.
- Penggunaan teknologi kecerdasan buatan (AI) dan analisis data dalam Mobile Banking membantu memberikan pengalaman yang personal dan disesuaikan dengan kebutuhan pengguna.

4. Tantangan dan Perubahan Masa Depan:

- Mobile Banking terus berkembang untuk mengatasi tantangan seperti keamanan digital, privasi pengguna, dan kepatuhan regulasi. Perkembangan teknologi blockchain dan biometrik dapat membawa inovasi tambahan ke dalam arena Mobile Banking.
- Perlu dicatat bahwa perjalanan Mobile Banking terus berubah seiring evolusi teknologi. Dengan semakin mendalamnya konektivitas dan perkembangan fintech, Mobile Banking akan terus menjadi pusat transformasi finansial di masa mendatang.

Sejarah Mobile Banking mencerminkan upaya terus-menerus untuk meningkatkan aksesibilitas, keamanan, dan kenyamanan dalam pengelolaan finansial, membawa dunia perbankan ke era digital yang mengubah cara kita berinteraksi dengan layanan keuangan.

2.2.3 Tujuan Mobile banking

Mobile banking adalah sebuah aplikasi yang memungkinkan nasabah bank melakukan berbagai transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Berikut ini adalah beberapa tujuan utama dari mobile banking:

1. **Kemudahan Transaksi:** Mobile banking memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan seperti transfer uang, pembayaran tagihan, dan pembelian pulsa tanpa harus datang ke ATM atau kantor cabang bank.
2. **Efisiensi Waktu:** Dengan mobile banking, nasabah dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja selama ada koneksi internet, sehingga menghemat waktu yang biasanya dihabiskan untuk pergi ke ATM atau kantor cabang.
3. **Keamanan Transaksi:** Mobile banking juga menawarkan tingkat keamanan yang lebih tinggi dibandingkan transaksi fisik, karena setiap transaksi memerlukan autentikasi melalui PIN atau password.
4. **Pengurangan Biaya:** Mobile banking dapat mengurangi biaya operasional bagi bank dan biaya transaksi bagi nasabah.

Dengan demikian, tujuan utama dari mobile banking adalah untuk memberikan kemudahan, efisiensi, keamanan, dan pengurangan biaya dalam melakukan transaksi perbankan (World Bank, 2017).

2.2.4 Fungsi dan Fitur Mobile banking

Mobile banking adalah sebuah aplikasi yang memungkinkan nasabah bank melakukan berbagai transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Berikut ini adalah beberapa fungsi dan fitur utama dari mobile banking:

Fungsi Mobile Banking:

1. Transfer antarbank: Nasabah dapat melakukan transfer uang ke rekening dari bank manapun.
2. Pembayaran tagihan: Nasabah dapat membayar tagihan seperti listrik, PDAM, internet, dan tagihan kartu kredit.
3. Pembayaran premi: Nasabah dapat membayar premi BPJS Kesehatan dan asuransi swasta lainnya.
4. Pengecekan saldo dan riwayat transaksi: Nasabah dapat memeriksa saldo dan riwayat transaksi perbankan mereka.

Fitur Mobile Banking:

1. Layanan transfer antarbank

2. Layanan pembayaran tagihan kartu kredit
3. Layanan pembayaran kebutuhan rumah, seperti listrik, PDAM, hingga internet
4. Layanan pembayaran premi BPJS Kesehatan dan asuransi swasta lainnya
5. Layanan pembelian dan top up dompet digital, seperti OVO, Gopay, hingga LinkAja
6. Layanan pembayaran pajak
7. Layanan investasi seperti deposito

Dengan mobile banking, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi keuangan di mana saja dan kapan saja selama ada koneksi internet. Ini merupakan inovasi digital dari perbankan konvensional yang memberikan kemudahan dan efisiensi bagi nasabah.

2.3 Minat Nasabah

2.3.1 Pengertian Minat

Menurut Asnawi (2015) menyebutkan bahwa minat merupakan kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Selanjutnya Asnawi menambahkan bahwa minat adalah satu keadaan motivasi, atau suatu motivasi yang menuntun tingkah laku menuju satu arah (sasaran) tertentu. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang. Selanjutnya, menurut Muslimin (2013:35) menjelaskan bahwa minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Minat nasabah merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi.

Syah (2012:67) mendefinisikan minat sebagai kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Istilah minat sendiri merupakan terminologi aspek kepribadian untuk menggambarkan adanya kemauan, dorongan (*force*) yang timbul dari dalam diri individu untuk memilih objek lain yang sejenis. Tingkah laku nasabah ketika mengikuti proses belajar mengajar dapat mengindikasikan akan ketertarikan nasabah tersebut terhadap

pelajaran itu atau sebaliknya, ia merasa tidak tertarik terhadap pelajaran tersebut. Ketertarikan inilah merupakan tanda-tanda minat.

Minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa individu lebih menyukai suatu hal daripada hal yang lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas (Djaali, 2014). Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut (Walgito, 2013). Menurut Slameto (2011), minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Woodworth dan Marquis (2015) berpendapat, minat merupakan suatu motif yang menyebabkan individu berhubungan secara aktif dengan objek yang menarik baginya. Oleh karena itu, minat dikatakan sebagai suatu dorongan untuk berhubungan dengan lingkungannya, kecenderungan untuk memeriksa, menyelidiki atau mengerjakan suatu aktivitas yang menarik baginya. Apabila individu menaruh minat terhadap sesuatu hal ini disebabkan objek itu berguna untuk memenuhi kebutuhannya.

Minat dapat diartikan sebagai kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu, tertarik, perhatian, gairah dan keinginan. Minat adalah “Kesadaran seseorang bahwa suatu objek, seseorang, suatu soal maupun situasi yang mengandung sangkut paut dengan dirinya (Sardiman, 2012). Oleh karena itu minat merupakan aspek psikis yang dimiliki seseorang yang menimbulkan rasa suka atau tertarik terhadap sesuatu dan mampu mempengaruhi tindakan orang tersebut. Minat mempunyai hubungan yang erat dengan dorongan dalam diri individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi atau terlibat pada suatu yang diminatinya. Seseorang yang berminat pada suatu objek maka akan cenderung merasa senang bila berkecimpung di dalam objek tersebut sehingga cenderung akan memperhatikan perhatian yang besar terhadap objek. Perhatian yang diberikan tersebut dapat diwujudkan dengan rasa ingin tahu dan mempelajari objek tersebut.

Seseorang yang mempunyai minat terhadap suatu objek, dia akan tertarik terhadap objek tersebut. Biasanya orang tersebut akan selalu mengikuti perkembangan informasi objek tersebut. Minat pada suatu objek akan mendorong

seseorang untuk mencari tahu dan mempelajari objek tersebut dan dia akan melakukan aktivitas yang berhubungan dengan objek tersebut (Ariyanti, 2011).

Dari beberapa pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa minat akan timbul apabila mendapatkan rangsangan dari luar dan kecenderungan untuk merasa tertarik pada suatu bidang bersifat menetap dan merasakan perasaan yang senang apabila ia terlibat aktif di dalamnya, dan perasaan senang ini timbul dari lingkungan atau berasal dari objek yang menarik.

Dari beberapa pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa minat akan timbul apabila mendapatkan rangsangan dari luar dan kecenderungan untuk merasa tertarik pada suatu bidang bersifat menetap dan merasakan perasaan yang senang apabila ia terlibat aktif di dalamnya, dan perasaan senang ini timbul dari lingkungan atau berasal dari objek yang menarik. Berdasarkan penjabaran beberapa pendapat diatas juga dapat disimpulkan bahwa minat merupakan salah satu faktor penting dalam proses mengajar.

2.3.2 Ciri-Ciri Minat

Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian. Minat sesuatu dipelajari dan mempengaruhi belajar selanjutnya serta mempengaruhi minat-minat baru, walaupun minat terhadap suatu hal yang hakiki dapat mempelajari hal tersebut. Asumsi umum menyatakan bahwa minat akan membantu seseorang mempelajarinya. Dorongan-dorongan yang ada pada individu, menggambarkan perlunya perlakuan yang luas sehingga ciri-ciri dan minat akan tergambar lebih rinci dan faktual, sesuai dengan usia dan kedewasaan mereka (Kotler dan Amstrong, 2009).

Menurut Djaali (2014) minat adalah perasaan ingin tahu, mempelajari, mengagumi, atau memiliki sesuatu. Di samping itu, minat merupakan bagian dari ranah afeksi mulai dari kesadaran sampai pilihan nilai. Djaali, (2014) menyebutkan minat merupakan penerahan perasaan dan menafsirkan untuk sesuatu hal (ada unsur seleksi), jika dikaitkan dalam bidang kerja, teori minat Holland mengatakan, minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat tidak timbul sendirian ada unsur kebutuhan yang mendasarinya, misalnya minat nasabah dan lain-lain. Hurlock (2012) juga menjelaskan bahwa ciri-ciri minat adalah minat

tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik dan mental, minat bergantung pada kesiapan, minat bergantung pada kesempatan, perkembangan minat mungkin terbatas, minat dipengaruhi pengaruh budaya, minat berbobot emosional dan itu ego sentris. Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa minat memiliki unsur afeksi, kesadaran sampai pilihan nilai, pengarahan perasaan, seleksi, dan kecenderungan hati.

2.3.3 Jenis-Jenis Minat

Minat pada seseorang akan suatu objek atau hal tertentu tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dalam diri individu. Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan maka minat tersebut dapat berkembang. Beberapa penelitian terdahulu menjelaskan mengenai berbagai faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah menurut Silviana (2018) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat nonmuslim yaitu faktor lokasi, reputasi, syariah, promosi, kebutuhan, ekonomi, produk dan referensi.

Menurut John Holland dalam Djaali (2014), bahwa minat dibagi dalam enam jenis, yaitu *realities*, *investigative*, *artistik*, *sosial*, *enter prising*, dan *konvensional*. Berikut penjelasan masing-masing jenis minat.

- a. *Realistis*; orang realistis umumnya mapan, kasar, praktis, berfisik kuat, dan sering sangat atletis, memiliki koordinasi otot yang baik dan terampil. Akan tetapi ia kurang mampu menggunakan medium komunikasi verbal dan kurang memiliki keterampilan berkomunikasi dengan orang lain.
- b. *Investigatif*; orang investigatif termasuk orang yang berorientasi keilmuan. Mereka umumnya berorientasi pada tugas, introspektif, dan asosial, lebih menyukai memikirkan sesuatu daripada melaksanakannya, memiliki dorongan kuat untuk memahami alam, menyukai tugas-tugas yang tidak pasti suka bekerja sendirian, kurang pemahaman dalam kepemimpinan akademik dan intelektualnya, menyatakan diri sendiri sebagai analisis, selalu ingin tahu, bebas dan bersyarat, dan kurang menyukai pekerjaan yang berulang.

- c. *Artistik*; orang artistik menyukai hal-hal yang tidak terstruktur, bebas, memiliki kesempatan bereaksi, membutuhkan suasana yang dapat mengekspresikan sesuatu secara individual, sangat kreatif dalam bidang seni.
- d. *Sosial*; tipe ini data bertanggung jawab, berkemanusiaan, dan sering alim, suka bekerja dalam kelompok, senang menjadi pusat perhatian kelompok, memiliki kemampuan verbal, keterampilan bergaul, menghindari pemecahan masalah secara intelektual, suka memecahkan masalah yang ada kaitannya dengan perasaan, menyukai kegiatan menginformasi, melatih dan mengajar.
- e. *Enter Prising*; tipe ini cenderung menguasai atau memimpin orang lain, memiliki keterampilan verbal untuk berdagang, memiliki kemampuan untuk mencapai tujuan organisasi, agresif, percaya diri dan umumnya sangat aktif.
- f. *Konvensional*; orang konvensional menyukai lingkungan yang sangat tertib, menyenangi komunikasi verbal, senang kegiatan yang berhubungan dengan angka, sangat efektif menyelesaikan tugas yang terstruktur tapi patuh, praktis, senang, efisien, mereka mengidentifikasi dengan kekuasaan dan materi.

Berdasarkan pendapat ini maka minat intrinsik dapat timbul karena pengaruh sikap, persepsi, prestasi belajar, bakat, jenis kelamin dan termasuk juga harapan bekerja. Sedangkan minat ekstrinsik dapat timbul karena pengaruh latar belakang status sosial ekonomi orang tua, minat orang tua, informasi, lingkungan dan sebagainya.

2.3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Minat adalah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda, dan orang. Minat berhubungan dengan aspek kognitif, efektif dan motorik dan merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan. Minat berhubungan dengan sesuatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya. Kesenangan merupakan minat yang sifatnya sementara. Adapun minat bersifat tetap (*persistant*) dan ada unsur memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan.

Semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan akan semakin kuat minat tersebut, sebaiknya minat akan menjadi putus kalau tidak ada kesempatan untuk mengekspresikannya. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat menurut Jahja (2011) adalah kebutuhan fisik, sosial, egoistis, dan pengalaman. Crow and Crow dalam Hajjah (2015), juga berpendapat ada tiga faktor yang mendasari timbulnya minat, yaitu

a. Dorongan dari dalam diri individu

Misalnya dorongan untuk makan, ingin tahu. Dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makan dan lain-lain. Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat nasabah dalam melakukan kerja sama dengan pihak investasi syariah.

b. Motif sosial

Dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan sesuatu aktivitas tertentu. Misalnya minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapat persetujuan atau penerimaan dan perhatian orang lain. Minat untuk melakukan investasi kendaraan karena ingin mendapat keringanan dalam bertransaksi.

c. Faktor emosional

Minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut (Hajjah, 2015).

Menurut Crow and Crow (2011) ada tiga faktor yang mendasari timbulnya minat seseorang yaitu: (a) faktor dorongan yang berasal dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan minat, (b) faktor motif sosial. Timbulnya minat dari seseorang dapat didorong dari motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan dimana mereka berada, dan (c) faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu.

2.3.5 Indikator Minat

Menurut Safari dalam Hajjah (2015), ada beberapa indikator minat dapat berupa perasaan senang, ketertarikan, perhatian dan keterlibatan. Berdasarkan pendapat diatas, dapat diketahui indikator seseorang nasabah yang hendak melakukan investasi. Bertolak pada pendapat diatas maka dapat disimpulkan beberapa indikator minat nasabah terhadap pemilihan investasi kendaraan bermotor dalam penelitian ini adalah:

a. Perasaan senang

Perasaan senang adalah perasaan mometan dan intensional, intensional adalah reaksi dari perasaan yang diberikan terhadap sesuatu dan hal-hal tertentu. Perasaan disini terbagi dua, yaitu perasaan senang dan perasaan tidak senang sehingga akan timbul sebuah sikap. Seorang nasabah yang memiliki perasaan senang atau suka terhadap pemilihan investasi kendaraan bermotor, maka ia akan menerima pelaksanaan kembali kegiatan pemilihan investasi kendaraan bermotor dengan senang. Kemudian tidak merasa terpaksa dalam melakukan investasi dan tidak merasakan bosan tentang hal yang dilakukannya.

b. Ketertarikan

Ketertarikan bidang ilmu muncul mungkin karena sifat objek yang membuat menarik atau karena ada perasaan senang terhadap objek atau pelajaran tersebut. Nasabah yang memiliki ketertarikan dalam pemilihan investasi kendaraan bermotor, akan berusaha mencari informasi investasi kendaraan bermotor.

c. Perhatian

Perhatian sangatlah penting dalam mengikuti kegiatan dengan baik, dan hal ini akan berpengaruh pula terhadap minat nasabah. Perhatian adalah keaktifan peningkatan kesadaran seluruh fungsi jiwa yang dikerahkan dalam pemusatannya kepada barang sesuatu baik yang ada di dalam maupun yang ada di luar individu. Perhatian adalah pemusatan tenaga atau kekuatan jiwa tertentu dari suatu objek, atau pendayagunaan kesadaran untuk menyertai suatu aktivitas. Aktivitas yang disertai dengan perhatian intensif akan lebih sukses dan prestasinya pun akan lebih tinggi. Oleh karena itu nasabah yang mempunyai perhatian terhadap suatu kajian ilmu, cenderung akan berusaha keras untuk

memperoleh nilai yang bagus, memberikan perhatian lebih, memiliki konsentrasi dalam belajar dan mengikuti kegiatan perkuliahan dengan baik serta mengerjakan tugas-tugas yang diberikan.

d. Keterlibatan

Minat nasabah terhadap pelaksanaan investasi kendaraan tidak terlepas dari ketertarikan nasabah terhadap kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan investasi tersebut. Nasabah yang memiliki ketertarikan terhadap kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan bidang investasi cenderung akan ikut terlibat aktif dalam kegiatan investasi.

Menurut Suwandi (2011) menyatakan bahwa minat dapat digolongkan menjadi dua, yaitu minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang timbulnya dari dalam individu sendiri tanpa pengaruh dari luar. Minat ekstrinsik adalah minat yang timbul karena pengaruh dari luar. Berdasarkan pendapat ini maka minat intrinsik dapat timbul karena pengaruh sikap, persepsi, prestasi belajar, bakat, jenis kelamin dan termasuk juga harapan bekerja. Sedangkan minat ekstrinsik dapat timbul karena pengaruh latar belakang status sosial ekonomi orang tua, minat orang tua, informasi, lingkungan dan sebagainya (Suwandi, 2011).

2.4 Kegunaan *Mobile Banking*

2.4.1 Pengertian Kegunaan *Mobile Banking*

Perceived usefulness didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya (Davis, 2012). Disebutkan pula pada Davis (2012) 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 (2003) bahwa persepsi kemanfaatan merupakan definisi dimana seseorang percaya dengan menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja mereka. Davis (2012) 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 (2008) ditambahkan bahwa *perceived usefulness* dapat diukur dengan

indikator meningkatkan produktivitas, menjadikan kerja lebih efektif, dan pekerjaan menjadi lebih cepat.

2.4.2 Persepsi Kegunaan *Mobile Banking*

Dalam era digital ini, kehadiran teknologi telah merubah paradigma dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia keuangan. Salah satu terobosan yang paling mencolok adalah *Mobile Banking*, sebuah layanan perbankan yang dapat diakses melalui perangkat seluler. Persepsi terhadap kegunaan *Mobile Banking* tidak hanya sebatas kemudahan akses ke rekening, tetapi menciptakan transformasi menyeluruh dalam mengelola finansial (Gupta, R., & Arora, A., 2018).

Mobile Banking memberikan kenyamanan dan aksesibilitas tanpa batas. Dengan menggunakan aplikasi perbankan di ponsel pintar, nasabah dapat mengakses rekening mereka kapan saja dan di mana saja. Inilah yang menjadikan *Mobile Banking* sebagai solusi praktis untuk kegiatan perbankan sehari-hari. Studi oleh Gupta dan Arora (2018) menunjukkan bahwa 85% responden merasa *Mobile Banking* memberikan kemudahan akses ke layanan perbankan.

Selain itu, *Mobile Banking* juga dianggap sebagai alat yang efektif untuk mengelola keuangan. Fitur-fitur seperti pemantauan transaksi real-time, notifikasi saldo, dan rencana anggaran yang terintegrasi membantu nasabah dalam memahami dan mengendalikan pengeluaran mereka. Penelitian oleh Smith dkk. (2020) menemukan bahwa 75% pengguna *Mobile Banking* merasa lebih sadar akan aktivitas keuangan mereka dan memiliki kontrol yang lebih baik atas pengeluaran.

Keamanan juga menjadi fokus utama dalam persepsi *Mobile Banking*. Dengan adopsi teknologi enkripsi tinggi dan sistem otentikasi ganda, *Mobile Banking* memberikan tingkat keamanan yang dapat diandalkan. Penelitian oleh Rahman dkk. (2019) menunjukkan bahwa 90% pengguna *Mobile Banking* merasa puas dengan tingkat keamanan yang diberikan oleh platform tersebut. Dengan demikian, persepsi terhadap kegunaan *Mobile Banking* tidak hanya sebatas kemudahan akses ke layanan perbankan, tetapi mencakup aspek transformasi dalam cara kita mengelola dan memahami finansial. *Mobile Banking* bukan hanya alat,

melainkan mitra setia dalam perjalanan finansial kita, menghadirkan kenyamanan, kontrol, dan keamanan.

2.4.3 Macam Kegunaan *Mobile Banking*

Mobile banking memiliki berbagai macam kegunaan yang memberikan kemudahan dan fleksibilitas dalam pengelolaan keuangan. Pertama, melalui mobile banking, pengguna dapat dengan mudah memantau saldo rekening mereka, memeriksa riwayat transaksi, dan mengelola keuangan pribadi secara real-time. Kedua, fitur transfer dana memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi keuangan seperti transfer antar rekening atau pembayaran kepada pihak ketiga tanpa harus mengunjungi kantor bank fisik. Selain itu, mobile banking juga memfasilitasi pembayaran tagihan rutin seperti listrik, air, dan telepon, sehingga meminimalkan waktu dan upaya yang dibutuhkan. Pengguna juga dapat memanfaatkan mobile banking untuk melakukan pembelian dan pembayaran online, mencakup pembelian tiket pesawat, hotel, atau barang secara digital. Kelebihan lainnya adalah pengaturan pemberitahuan yang memungkinkan pengguna menerima notifikasi penting terkait dengan aktivitas keuangan mereka. Terakhir, beberapa aplikasi mobile banking menawarkan penawaran khusus dan promosi sebagai insentif bagi pengguna. Semua ini membuktikan bahwa mobile banking tidak hanya mengubah cara akses ke layanan keuangan, tetapi juga meningkatkan kenyamanan dan efisiensi dalam pengelolaan keuangan sehari-hari (PwC. (2020)).

2.4.4 Indikator Kegunaan *Mobile Banking*

Mobile Banking membawa perubahan mendasar dalam cara kita mengelola keuangan. Untuk mengukur kegunaan *Mobile Banking*, berbagai indikator dapat diidentifikasi, mencerminkan sejauh mana platform ini memberikan nilai tambah bagi penggunanya. tingkat aksesibilitas menjadi indikator kunci. Seberapa mudah nasabah dapat mengakses dan menggunakan layanan perbankan melalui perangkat seluler menjadi tolok ukur utama. Studi oleh Johnson dkk, (2021) menemukan bahwa tingkat keterjangkauan dan kenyamanan akses Mobile Banking secara positif memengaruhi kepuasan pengguna.

Indikator selanjutnya adalah keberagaman fitur. Mobile Banking yang efektif harus menyediakan beragam fitur, termasuk transfer dana, pembayaran tagihan, pemantauan transaksi real-time, dan lainnya. Penelitian oleh Chen et al. (2022) menunjukkan bahwa pengguna cenderung memberikan penilaian tinggi pada platform yang menyediakan berbagai fitur yang dapat memenuhi kebutuhan finansial mereka. Tingkat keamanan juga menjadi indikator yang krusial. Pengguna Mobile Banking harus merasa aman dalam melakukan transaksi keuangan online. Penelitian oleh Lee dkk, (2020) menunjukkan bahwa persepsi keamanan adalah faktor utama dalam keputusan pengguna untuk mengadopsi Mobile Banking.

Selain itu, responsif dan ramah pengguna menjadi indikator lainnya. Platform yang responsif dan mudah digunakan memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pengguna. Studi oleh Wang dkk, (2019) menemukan bahwa antarmuka pengguna yang intuitif secara positif memengaruhi persepsi kegunaan Mobile Banking. Oleh karena itu, mengukur indikator-indikator ini, dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang sejauh mana Mobile Banking efektif dalam menyediakan layanan keuangan yang bermanfaat.

2.5 Kemudahan Mobile Banking

2.5.1 Pengertian Kemudahan Mobile Banking

Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya (Devid, 2012). Menurut Widjana (2010) kemudahan penggunaan adalah keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan. Menurut Panggih dan Paulus (2014) kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu kepercayaan bahwa suatu sistem komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.

Menurut Farizi, (2013) bahwa kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa bahwa sistem informasi mudah digunakan maka seseorang akan cenderung menggunakannya. Persepsi kemudahan penggunaan memberikan indikator terhadap suatu sistem

informasi (termasuk internet banking) yang meliputi Efisiensi waktu dalam penggunaan, tampilannya situsnya mudah dimengerti, menambah keterampilan dalam menggunakannya, dan mudah dipelajari. Menurut Davis (2012), kemudahan adalah sebuah teknologi yang diartikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer/*internet banking* bisa dengan mudah dipahami dan digunakan sehingga nasabah tidak harus memerlukan usaha yang keras dalam menggunakannya.

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

Ada beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi antara lain yaitu teknologi informasi sangat mudah dipelajari, teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan penggunanya, keterampilan pengguna akan bertambah ketika menggunakan teknologi informasi, dan teknologi informasi sangat mudah dioperasikan.

2.5.2 Manfaat Kemudahan *Mobile Banking*

Dalam era digital yang terus berkembang, Mobile Banking tidak hanya menjadi tren, melainkan juga membawa sejumlah manfaat nyata dalam meningkatkan kemudahan dan efisiensi pengelolaan keuangan. Berbagai penelitian telah menyoroti manfaat-kemanfaatan dari kemudahan Mobile Banking, menjadikannya lebih dari sekadar alat transaksi.

Manfaat Pertama, Mobile Banking memberikan kemudahan akses yang belum pernah terjadi sebelumnya. Dengan hanya menggunakan perangkat seluler, nasabah dapat mengakses rekening mereka, melakukan transfer dana, dan mengelola portofolio investasi tanpa harus pergi ke bank fisik. Studi oleh Sadiq dkk, (2021) menemukan bahwa kemudahan akses adalah salah satu faktor utama yang mendorong adopsi Mobile Banking. Selain itu, efisiensi waktu dan biaya

adalah manfaat yang tidak bisa diabaikan. Pengguna Mobile Banking dapat melakukan transaksi keuangan secara instan, mengurangi kebutuhan untuk mengunjungi cabang bank atau ATM. Menurut penelitian oleh Alalwan dkk, (2017), efisiensi waktu dan biaya yang dihasilkan oleh Mobile Banking dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

Manfaat ketiga adalah pemantauan keuangan yang lebih baik. Aplikasi Mobile Banking menyediakan fitur pemantauan transaksi real-time dan laporan keuangan yang dapat diakses dengan mudah. Ini membantu nasabah dalam memahami pola pengeluaran mereka, menyusun rencana anggaran, dan membuat keputusan finansial yang lebih cerdas. Penelitian oleh Zhang dkk, (2018) menunjukkan bahwa pengguna Mobile Banking memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi.

2.5.3 Persepsi Kemudahan *Mobile Banking*

Persepsi kemudahan Mobile Banking mencerminkan bagaimana pengguna menganggap kepraktisan dan kesederhanaan dalam menggunakan layanan perbankan melalui perangkat seluler. Sejumlah penelitian telah mencoba untuk memahami faktor-faktor yang membentuk persepsi ini, menjelaskan mengapa Mobile Banking dianggap sebagai sarana yang mudah digunakan. Salah satu aspek yang menonjol dalam persepsi kemudahan adalah antarmuka pengguna. Studi oleh Liao dkk, (2019) menunjukkan bahwa pengguna Mobile Banking memberikan penilaian tinggi pada aplikasi yang memiliki antarmuka yang intuitif dan mudah dimengerti. Kemudahan navigasi dan desain yang bersahabat dapat membentuk persepsi positif terhadap penggunaan Mobile Banking.

2.5.4 Indikator Kemudahan *Mobile Banking*

Dalam mengevaluasi kemudahan penggunaan Mobile Banking, terdapat beberapa indikator yang dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana platform ini dapat dianggap mudah digunakan oleh pengguna. Rujukan ilmiah mendukung identifikasi indikator tersebut, menyediakan dasar penelitian untuk memahami dimensi kemudahan Mobile Banking.

1. Antarmuka Pengguna (UI/UX): Kualitas antarmuka pengguna (User Interface/User Experience) menjadi salah satu indikator utama. Sebuah antarmuka yang intuitif, ramah pengguna, dan mudah dimengerti dapat meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Penelitian oleh Sánchez-Torres dkk, (2020) menyoroti pentingnya antarmuka pengguna dalam meningkatkan kepuasan dan adopsi Mobile Banking.
2. Ketersediaan dan Aksesibilitas Fitur:
 - Transfer Dana: Pengguna yang merasa dapat dengan mudah mentransfer dana antar rekening atau ke pihak ketiga akan memiliki persepsi yang positif. Studi oleh Al-Hyari dkk, (2019) mencatat pentingnya ketersediaan fitur transfer dana dalam meningkatkan kepuasan pengguna Mobile Banking.
 - Pembayaran Tagihan: Ketersediaan fitur pembayaran tagihan secara elektronik juga menjadi indikator yang signifikan. Kemudahan pembayaran tagihan melalui Mobile Banking dapat memberikan nilai tambah yang besar bagi pengguna, sesuai dengan penelitian oleh Wei dkk, (2018).
3. Proses Transaksi yang Efisien:
 - Kecepatan Transaksi: Kemudahan dalam menyelesaikan transaksi dengan cepat adalah indikator lain. Pengguna yang dapat menyelesaikan transaksi dengan efisien cenderung memiliki persepsi positif terhadap kemudahan penggunaan Mobile Banking. Penelitian oleh Khatun dkk, (2021) menunjukkan bahwa kecepatan transaksi adalah faktor yang mempengaruhi minat pengguna.
4. Dukungan Teknis dan Pelayanan Pelanggan:
 - Dukungan Teknis: Pengguna yang merasa dapat memperoleh bantuan teknis dengan cepat dan efektif akan merasa lebih nyaman menggunakan Mobile Banking. Studi oleh Alalwan dkk, (2017) menekankan pentingnya dukungan teknis dalam meningkatkan kepuasan pengguna.

2.6 Risiko

2.6 Pengertian Risiko *Mobile Banking*

Menurut Hardanto (2006) yang mengatakan bahwasanya risiko didefinisikan sebagai peluang terjadinya “*bad outcome*” (hasil yang buruk) dan besarnya suatu peluang dapat diestimasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Risiko adalah suatu konsekuensi atau akibat yang kurang memuaskan dalam arti kata lain yaitu membahayakan, merugikan dari suatu tindakan atau perbuatan. Menurut Basyaib (2007) menjelaskan bahwasanya risiko didefinisikan sebagai peluang terjadinya hasil yang tidak diinginkan sehingga risiko hanya terkait dengan situasi yang memungkinkan munculnya hasil negatif, serta berkaitan dengan kemampuan memperkirakan terjadinya hasil negatif tersebut.

2.6.2 Persepsi Risiko Penggunaan

Persepsi diartikan sebagai suatu cara yang dilakukan oleh seorang individu untuk mengatur, memilih, dan menafsirkan stimulasi ke dalam gambar yang berarti dan rasional mengenai dunia. Cara ini dapat diterangkan sebagai “bagaimana kita melihat dunia di sekeliling kita”. Ketika seseorang mempersepsikan sesuatu, orang tersebut akan menggunakan semua panca inderanya, seperti pendengaran, penciuman, penglihatan, peraba dan perasa (Balqiah dan Setyowardhani, 2017).

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014) dalam konteks perbankan risiko merupakan suatu kejadian potensial, baik yang dapat diperkirakan maupun yang tidak dapat diperkirakan yang berdampak negatif terhadap pendapatan dan permodalan bank. Menurut Maulidiyah (2018) mengungkapkan mengenai definisi risiko persepsian, Persepsi risiko adalah anggapan negatif dari nasabah akan ketidakpastian dan konsekuensi yang akan dihadapi saat seseorang melakukan transaksi online. Persepsi risiko adalah suatu persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan (Jogiyanto, 2007).

Menurut Smadi (2012) risiko persepsian dianggap sebagai persepsi pelanggan terhadap adanya suatu ketidakpastian dan juga konsekuensi yang negatif untuk memakai jasa atau membeli produk. Seorang nasabah pasti akan mempertimbangkan suatu risiko sebelum menggunakan teknologi informasi. Dari

penjelasan diatas maka dapat disimpulkan mengenai definisi risiko persepsian adalah konsekuensi yang tidak diinginkan tentang ketidakpastian suatu putusan yang akan diambil dalam suatu kegiatan baik transaksi online ataupun tidak.

Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Nofitasari (2017) yang menyatakan adanya bukti bahwa risiko persepsian berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan Mobile Banking. Pernyataan teoritis dari Engel dalam Nofitasari (2017) semakin besar risiko maka semakin besar pula kemungkinan keterlibatan dalam penggunaan sistem. Ketika adanya risiko dan menjadi tinggi, ada motivasi untuk menghindari atau meminimalisir risiko tersebut dalam pengambilan keputusan.

2.6.3 Jenis-Jenis risiko Mobile Banking

Mobile banking, meskipun memberikan banyak keuntungan, juga melibatkan sejumlah risiko yang perlu diperhatikan. Pertama, risiko keamanan digital merupakan kekhawatiran utama. Ancaman terhadap keamanan data pribadi dan finansial pengguna, seperti pencurian identitas dan peretasan akun, dapat muncul melalui serangan siber. Kedua, risiko operasional terkait dengan kelancaran sistem dan infrastruktur teknologi yang mendukung mobile banking, termasuk risiko gangguan layanan atau kegagalan sistem. Selain itu, risiko transaksi dan keuangan juga menjadi perhatian, terutama terkait dengan potensi kesalahan dalam transfer dana, penipuan, atau aktivitas ilegal lainnya yang dapat merugikan pengguna. Risiko ketidakpatuhan regulasi juga menjadi isu, di mana perubahan peraturan terkait keamanan data dan privasi bisa mempengaruhi operasional mobile banking. Selain itu, risiko reputasi juga perlu diperhitungkan, karena kegagalan dalam melindungi informasi pengguna atau menangani insiden keamanan dapat merugikan citra perusahaan penyedia layanan mobile banking (Accenture, 2021).

2.6.4 Indikator Risiko

Menurut Pavlou dalam Harlan (2014), indikator-indikator untuk mengukur variabel Risiko Persepsian yaitu:

1. Kemungkinan terdapat Risiko pencurian, anggapan nasabah dalam layanan Mobile Banking yang digunakan akan mudah untuk dicuri, baik data ataupun uang.
2. Membutuhkan biaya yang besar para nasabah beranggapan bahwa penggunaan E-Banking membutuhkan biaya yang besar.
3. Kemungkinan terdapat Risiko penipuan, anggapan para nasabah bahwa rawan adanya penipuan, baik penipuan data nasabah ataupun penipuan dalam jumlah transaksi.

Menurut Hardanto (2006) yang mengatakan bahwasanya jenis risiko yang berdampak pada nasabah adalah risiko operasional. Suatu operasional *event* akan mempengaruhi secara langsung nasabah melalui kesalahan atau kelemahan kualitas layanan, gangguan layanan, ketidakamanan yang bersifat persepsi maupun kenyataan, dan tidak adanya layanan yang memadai. Gangguan layanan pada nasabah berdampak pada reputasi bank, yang akhirnya berdampak pada profitabilitas bank tersebut, karena nasabah pindah ke bank lain. Dampak pada nasabah dapat berakibat terjadinya kerugian finansial lainnya terhadap bank, yaitu ganti rugi pembayaran kepada nasabah sebagai kompensasi ongkos litigasi dan denda.

2.7 Kualitas Layanan

2.7.1 Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para nasabah atas layanan yang mereka terima. Menurut Tjiptono (2010) kualitas layanan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah.

Menurut Kotler (2008) definisi layanan yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak orang lain, yang pada dasarnya tidak nyata dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kotler juga mengatakan bahwa layanan adalah perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah demi tercapainya kepuasan pada nasabah itu sendiri. Perilaku tersebut bisa saja terjadi pada saat sebelum dan sesudah terjadinya

transaksi. Pada umumnya layanan yang berada pada tingkatan yang tinggi dapat menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih tinggi.

Sedangkan menurut Pasuraman (2002) menyatakan kualitas layanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk dapat memenuhi keinginan nasabah. Keunggulan layanan meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan produk-produk fisik. Keunggulan layanan tidak dapat terwujud ada salah satu dari tersebut ada yang lemah.

Dalam Kualitas layanan adalah suatu fenomena yang menarik sebab dimensi dan indikatornya bisa jadi berbeda diantara orang-orang yang terlibat didalam layanan tersebut. Untuk dapat mengatasi perbedaan dipakai suatu acuan yakni hakikat dasar dari penyelenggara layanan yakni memenuhi kebutuhan dan tuntutan para pengguna jasa layanan. Kualitas layanan menunjukkan pada tingkat kesempurnaan layanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setia nasabah (Azwar dan Azlul, 2001).

Menurut Garvin (2004) menyatakan ada lima macam perspektif yang berkembang. Kelima macam perspektif inilah yang bisa menjelaskan mengapa kualitas bisa diartikan secara beraneka ragam oleh orang yang berbeda dalam situasi yang berlainan. Adapun kelima macam perspektif tersebut yaitu:

1. Pendekatan tran sendental (*transcendental approach*)

Pendekatan ini kualitas dipandang sebagai keunggulan bawaan (*innate excellence*), di mana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionisasikan.

2. Pendekatan berbasis produk (*produk-based approach*)

Pendekatan ini menggap bahwa kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur.

3. Pendekatan berbasis pengguna (*user-based approach*)

4. Pendekatan lainnya dalam perspektif ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada pandangan sehingga produk dapat memuaskan prioritas seseorang (contohnya: kualitas yang dirasakan (*perceived quality*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

5. Pendekatan berbasis manufaktur (*manufacturing- based approach*)

Perspektif ini bersifat berdasarkan pasokan dan secara khusus memperhatikan praktik-praktik perekayasaan dan kemaknufakturasi, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kesamaan dengan persyaratan. Penentu kualitas dalam pendekatan ini adalah standar yang ditetapkan perusahaan, bukan oleh nasabah pengguna (Sangadji dan Sopiah, 2013).

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Tjiptono (2010) menjelaskan bahwa apabila layanan yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas layanan dinyatakan baik dan memuaskan. Jika layanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, kualitas layanan dinyatakan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, apabila layanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, kualitas layanan dinyatakan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas tergantung pada kemampuan penyedia jasa atau layanan untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Kualitas layanan kini sangat dibutuhkan untuk kepuasan nasabah. dengan adanya kualitas yang baik perusahaan harus memenuhi harapan-harapan nasabah dan memuaskan kebutuhan yang mereka inginkan. Akan tetapi meskipun definisi tersebut memihak pada nasabah bukan berarti bahwa dalam menentukan kualitas layanan penyedia jasa harus menuruti semua keinginan nasabah. yang mana dalam menetapkan kualitas layanan perusahaan harus mempertimbangkan dan memerhatikan selain untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan juga harus melihat tersedianya sumberdaya yang memadai dalam perusahaan (Febriani, 2012).

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan segala sesuatu yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan yang nasabah inginkan. Sehingga dengan memberikan layanan yang bagus maka nasabah akan merasa puas dan sesuai dengan harapannya.

2.7.2 Tujuan Jasa Layanan

Tujuan utama dari jasa layanan Mobile Banking adalah menciptakan ekosistem finansial yang memenuhi kebutuhan pengguna modern. Dengan fokus

pada meningkatkan aksesibilitas keuangan, Mobile Banking bertujuan memberikan kemudahan akses kepada individu yang mungkin terkendala dalam mengunjungi cabang bank. Tujuan ini sejalan dengan penelitian oleh Abor dan Quartey (2010), yang menunjukkan bahwa meningkatkan aksesibilitas dapat memperkuat inklusi keuangan. Selain itu, Mobile Banking juga berkomitmen untuk menyederhanakan transaksi keuangan dengan menyediakan platform yang memungkinkan pengguna melakukan transfer dana, membayar tagihan, dan berbelanja dengan mudah. Melalui personalisasi layanan berbasis data, tujuannya adalah meningkatkan kepuasan pengguna dengan menyajikan informasi dan tawaran yang relevan (Liao & Cheung, 2008).

Mobile Banking memiliki peran signifikan dalam peningkatan literasi keuangan dengan menyediakan sumber daya dan informasi yang mendidik pengguna tentang konsep finansial (Tufano, 2008). Keamanan dan perlindungan data adalah tujuan kritis lainnya, mencerminkan komitmen untuk memberikan lingkungan transaksi yang aman dan terpercaya (Liu & Chu, 2015). Terakhir, inovasi dan integrasi teknologi terbaru menjadi tujuan Mobile Banking, menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik dan merespons perkembangan teknologi finansial (Yli-Huumo et al., 2016). Dengan demikian, Mobile Banking tidak hanya menjadi sarana praktis untuk mengelola keuangan, tetapi juga menjadi katalisator untuk transformasi positif dalam pengalaman finansial pengguna.

2.7.3 Karakteristik Layanan

Menurut Kotler dan Keller (2006) ada empat karakteristik layanan yaitu sebagai berikut:

1. *Intangibility* (Tidak berwujud)

Layanan bersifat *intangible* yaitu tidak dapat dilihat, diraba, dirasakan, dicium, atau didengar sebelum dibeli. Hal yang dapat berhubungan dengan *intangibility* (tidak berwujud) merupakan layanan yang tidak dapat disimpan, tidak dapat dilindungi dengan hak paten, perusahaan tidak dapat dengan mudah dan cepat mempertunjukkan dan mengkomunikasikan suatu jasa, harga sukar ditetapkan.

2. *Inseparability* (Tidak dapat dipisahkan)

Inseparability merupakan layanan yang diproduksi atau dihasilkan dan dirasakan pada waktu yang bersamaan dan tidak dapat dipisahkan. Interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Kunci keberhasilan bisnis jasa adalah pemberian perhatian khusus pada tingkat partisipasi atau keterlibatan pelanggan (nasabah) dalam proses jasa dan juga fasilitas pendukung dan pemilihan lokasi yang tepat dalam arti dekat dan mudah dicapai pelanggan.

3. *Valiability* (Bervariasi)

Valiability yaitu layanan bersifat sangat variabel karena merupakan *nonstandardized output*, yaitu banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana layanan tersebut berkaitan dengan karakteristik *Valiability*, yaitu sangat sulit melakukan standarisasi dan pengendalian kualitas layanan.

4. *Perishability*

Perishability maksudnya layanan adalah komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Hal ini berarti apabila suatu layanan tidak digunakan maka layanan tersebut akan berlalu begitu saja.

2.7.4 Indikator Kualitas Layanan

Ada lima dimensi kualitas layanan menurut Tjiptono Chandra dan Adriana (2011) yaitu:

2.6.4.1 Dimensi Fisik/wujud (*tangible*)

Dimensi *tangible* merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan keberadaannya (eksistensi) kepada pihak luar (eksternal). Parasuraman (2004) mengatakan *tangible* yaitu meliputi fasilitas fisik, peralatan atau perlengkapan, harga, dan penampilan personal dan material tertulis. Hal ini meliputi fasilitas fisik, contohnya: gedung, gudang perlengkapan dan peralatan yang digunakan teknologi serta penampilan pegawainya.

Menurut Lapiyoadi (2013) *tangible* yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari layanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Berarti dalam memberikan layanan, setiap orang yang menginginkan layanan dapat merasakan pentingnya bukti fisik yang ditunjukkan oleh pengembang layanan, sehingga layanan yang diberikan memberikan kepuasan. Bentuk layanan bukti fisik biasanya berupa sarana dan prasarana layanan yang tersedia, teknologi layanan yang digunakan, performance pemberi layanan yang sesuai dengan karakteristik layanan yang diberikan dalam menunjukkan prestasi kerja yang dapat diberikan dalam bentuk layanan fisik yang dapat dilihat.

Menurut Hardiansyah (2011) yang menentukan kualitas layanan pada dimensi fisik/wujud (*tangible*) mempunyai indikator yaitu sebagai berikut:

- a. Kenyamanan tempat melakukan layanan
- b. Kemudahan proses dan akses dalam layanan
- c. Kedisiplinan petugas atau aparatur dalam melakukan layanan
- d. Penggunaan alat bantu dalam layanan
- e. Penampilan petugas atau aparatur dalam melayani nasabah.

2.6.4.2 Keandalan (*reliability*)

Dimensi keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Parasuraman (2004) mengatakan *reliability* yaitu kemampuan untuk mewujudkan layanan yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketetapan waktu, layanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi. Menurut Lapiyoadi (2013) *reliability* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, layanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

Menurut Hardiansyah (2011) yang menentukan kualitas layanan dari *reliability* (kehandalan) yaitu:

- a. Kemampuan petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses melakukan layanan
- b. Kecermatan petugas dalam melayani nasabah

- c. Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam melakukan proses layanan
- d. Memiliki standar layanan yang jelas.

2.6.4.3 Ketanggapan (*responsiveness*)

Dimensi *responsiveness* adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Parasuraman (2004) mengatakan *responsiveness* (Daya tanggap) yaitu kemauan untuk membantu para konsumen dengan menyediakan layanan yang cepat dan tepat. Menurut Lapiyoadi (2013) *responsiveness* adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat/responsif dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu merupakan persepsi yang negatif dalam kualitas layanan. Menurut Hardiansyah (2011) indikator dari *responsiveness* (ketanggapan) yaitu:

- a. Merespon setiap nasabah atau pemohon yang ingin mendapatkan layanan
- b. Petugas melakukan layanan yang cermat
- c. Petugas melakukan layanan yang cepat
- d. Petugas melakukan layanan yang cepat dan tepat
- e. Semua keluhan pelanggan dapat direspon yang baik oleh petugas.

2.6.4.4 Jaminan dan kepastian (*assurance*)

Dimensi *assurance* merupakan dimensi pengetahuan, kesopanan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini dapat meliputi beberapa komponen yaitu komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun. Parasuraman (2004) mengatakan *Assurance* (Jaminan) yaitu meliputi pengetahuan, kemampuan, dan kesopanan atau kebaikan dari personal serta kemampuan untuk mendapatkan kepercayaan dan keinginan. Lapiyoadi (2013) mendefinisikan *assurance* sebagai pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun

(*courtesy*). Menurut Hardiansyah (2011) indikator *assurance* (jaminan) adalah sebagai berikut:

- a. Petugas memberikan jaminan legalitas dalam melakukan layanan
- b. Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam layanan
- c. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam layanan
- d. Petugas memberikan jaminan biaya dalam layanan.

2.6.4.5 Empati (*empathy*)

Dimensi *empathy* yaitu mengapresiasi dengan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan nasabah. Parasuraman (2004) mengatakan *Empathy* yaitu mencakup menjaga dan memberikan tingkat perhatian secara individu atau pribadi terhadap kebutuhan-kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan dapat memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan dan memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik.

Menurut Lapiyoadi (2013) *empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Empati dalam suatu layanan adalah adanya suatu perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan keterlibatan pihak-pihak yang berkepentingan dengan layanan untuk mengembangkan dan melakukan aktivitas layanan sesuai dengan tingkat pengertian dan pemahaman dari masing-masing pihak tersebut. Pihak yang memberi layanan harus memiliki empati memahami masalah dari pihak yang ingin dilayani. Pihak yang dilayani seyogyanya memahami keterbatasan dan kemampuan orang yang melayani, sehingga keterpaduan antara pihak yang melayani dan mendapat layanan memiliki perasaan yang sama. Artinya setiap bentuk layanan yang diberikan kepada orang yang dilayani diperlukan adanya empati terhadap berbagai masalah yang dihadapi orang yang membutuhkan layanan. Pihak yang menginginkan layanan membutuhkan adanya rasa kepedulian atas segala bentuk pengurusan layanan, dengan merasakan dan memahami kebutuhan tuntutan

layanan yang cepat, mengerti berbagai bentuk perubahan layanan yang menyebabkan adanya keluhan dari bentuk layanan yang harus dihindari, sehingga layanan tersebut berjalan sesuai dengan aktivitas yang diinginkan oleh pemberi layanan dan yang membutuhkan layanan.

Menurut Hardiansyah (2011) indikator dari dimensi *emphaty* (empati) yakni sebagai berikut:

- a. Petugas melayani dengan sikap sopan santun
- b. Mendahulukan kepentingan nasabah atau pemohon
- c. Petugas melayani dengan sikap yang ramah
- d. Petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan)
- e. Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan.

2.8 Penelitian Terkait

Berdasarkan hasil temuan penelitian sebelumnya, telah terdapat beberapa kajian yang mengkaji terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan Mobile Banking pada mahasiswa untuk melakukan transaksi”. Namun, kajian-kajian tersebut, memiliki persamaan dan perbedaan tersendiri dengan kajian yang peneliti lakukan.

Penelitian Istiqomah (2019) dengan judul “*Pengaruh Pengetahuan, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pembayaran Online UKT Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung (Studi pada mahasiswa FEBI & Tarbiyah UIN Raden Intan Lampung)*”. Dilihat dari subjek penelitian sama-sama mengkaji pengguna Mobile Banking di kalangan mahasiswa. Hanya saja kajian sebelumnya mengambil objeknya mahasiswa FEBI & Tarbiyah UIN Raden Intan Lampung, sedangkan peneliti khusus pada mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dilihat dari aspek variabel terlihat persamaan pada variabel kemudahan penggunaan mobile banking. Namun, kajian ini tidak melihat variabel keamanan dan kepatuhan syariah, melainkan variabel pengetahuan dan keamanan penggunaan mobile banking oleh mahasiswa. Metode yang digunakan bersifat kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Penelitian Wibowo, dkk (2018) berjudul “*Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Untuk Melakukan Transaksi Pembayaran SPP*”. Dilihat dari subjek penelitian

sama-sama mengkaji pengguna *Mobile Banking* dikalangan mahasiswa. Hanya saja kajian sebelumnya mengambil objeknya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, sedangkan peneliti pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Teori yang digunakan persamaannya terlihat pada variabel kemudahan penggunaan dan minat. Namun, penelitian kedua ini tidak melihat aspek keamanan dan kepatuhan syariah sebagaimana penelitian yang peneliti lakukan pada mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry.

Penelitian Dewi, dkk (2017) berjudul “*Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha*”. Dilihat dari subjek penelitian sama-sama mengkaji pengguna *Mobile Banking* dikalangan mahasiswa. Hanya saja kajian sebelumnya mengambil objeknya mahasiswa mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha, sedangkan peneliti khusus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dilihat dari teori yang digunakan memiliki persamaan pada kemudahan penggunaan, keamanan dan minat menggunakan *E-Banking*. Sedangkan yang membedakan dimana penelitian sebelumnya tidak melihat variabel kepatuhan syariah. Sedangkan peneliti mengkaji pula variabel keamanan dan kepatuhan syariah terhadap penggunaan *E-Banking* dikalangan mahasiswa. Metode yang digunakan bersifat korelasi dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Penelitian relevan lainnya juga ditulis oleh Hadi (2017) dengan judul “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*”. Dilihat dari subjek penelitian sama-sama mengkaji pengguna *Mobile Banking* dikalangan mahasiswa. Dilihat dari aspek variabel terlihat persamaan variabel pada aspek penggunaan *mobile banking* dan keamanan. Kajian sebelumnya juga melihat aspek persepsi nasabah atas risiko dan persepsi nasabah atas kemampuan akses penggunaan *mobile banking*. Sementara penelitian yang peneliti lakukan terfokus pada variabel keamanan, kemudahan dan kepatuhan syariah serta minat penggunaan sebagai variabel terikatnya. Metode yang digunakan bersifat kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Purwati (2019) berjudul “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi terhadap Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh)*”. Dilihat dari subjek penelitian sama-sama mengkaji pengguna Mobile Banking dikalangan mahasiswa. Hanya saja kajian sebelumnya mengambil objeknya nasabah PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh, sedangkan peneliti khusus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dilihat dari aspek variabel terlihat persamaan terlihat pada variabel keamanan dan kepatuhan syariah. Sedangkan perbedaan terlihat dimana penelitian yang dilakukan mengkaji variabel kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Metode yang digunakan bersifat kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Untuk lebih jelasnya terkait hasil berbagai penelitian relevan diatas, maka dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1
Penelitian yang Relevan

No	Peneliti/Judul	Metode	Hasil Penelitian
1	Istiqomah (2019) Pengaruh Pengetahuan, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pembayaran Online UKT Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung (Studi pada mahasiswa FEBI & Tarbiyah UIN Raden Intan Lampung)	Penelitian deskriptif kuantitatif dalam tahap pengumpulan data, dengan jenis penelitian lapangan (<i>field research</i>)	Variabel pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap mobile banking pembayaran online UKT Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Variabel keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap mobile banking pembayaran online UKT Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap mobile banking pembayaran online UKT Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Sedangkan secara simultan pengetahuan, keamanan, kemudahan penggunaan mobile banking sama-sama berpengaruh terhadap mobile banking pembayaran online UKT Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.
2	Wibowo, dkk (2018) Minat Menggunakan Mobile	Metode penelitian bersifat survey	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki

	Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Untuk Melakukan Transaksi Pembayaran SPP	dengan pendekatan kualitatif yang bersifat korelasi	pengaruh paling dominan dibandingkan persepsi kemudahan penggunaan. Dalam penelitian ini, peneliti tidak berhasil membuktikan bahwa minat penggunaan mobile banking ditentukan oleh persepsi kegunaan dan sikap penggunaan.
3	Dewi, dkk (2017) “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha”	Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode yang digunakan untuk memperoleh data adalah metode kuantitatif	Hasil penelitian secara parsial membuktikan bahwa, variabel persepsi kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan keamanan mempengaruhi minat menggunakan E-Banking Secara simultan variabel persepsi kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan keamanan mempengaruhi minat menggunakan E-Banking
4	Hadi (2017) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking.	Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode yang digunakan untuk memperoleh data adalah metode kuantitatif.	Persepsi nasabah keamanan berpengaruh positif signifikan kuat terhadap mobile banking. Persepsi nasabah atas Risiko berpengaruh negatif signifikan kuat terhadap mobile banking. Persepsi nasabah atas Kemampuan akses berpengaruh positif signifikan moderat terhadap mobile banking. Persepsi nasabah atas Kemudahan penggunaan dan Manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking.
5	Purwati (2019) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh)	Metode penelitian bersifat survey dengan pendekatan kualitatif yang bersifat regresi berganda	Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam penggunaan mobile banking adalah persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, persepsi risiko, persepsi biaya dan kepatuhan syariah.

Sumber: Peneliti Diolah, 2022

2.9 Hubungan Antar Variabel

2.9.1 Pengaruh Variabel Kegunaan terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya (Davis, 2009). Sedangkan menurut Jogiyanto (2007), persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. *Technology Acceptance Model* (TAM) membahas tentang minat perilaku individu untuk mengadopsi bagian tertentu dari suatu teknologi, yang ditentukan oleh sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut. Kaitan antara *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan persepsi kegunaan yaitu sikap suatu individu terhadap penggunaan suatu teknologi tergantung pada sejauh mana teknologi tersebut dapat membantu individu tersebut ataupun dapat meningkatkan kinerjanya. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan teknologi.

Penelitian yang dilakukan oleh Fitriana dan Wingdes (2017) menunjukkan bahwa kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *mobile banking* tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Laksana, Astuti, dan Dewantara (2015) menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

H₁ : Terdapat pengaruh kegunaan *mobile banking* terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry menggunakan *mobile banking*.

2.9.2 Pengaruh Variabel Kemudahan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

Kemudahan penggunaan *mobile banking* memiliki makna bahwa layanan *mobile banking* oleh pihak bank akan mudah dipahami dan mudah untuk digunakan, sehingga nasabah dapat dengan mudah mempelajari tata cara bertransaksi menggunakan m-banking. Penerimaan penggunaan sebuah sistem juga turut dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan sistem tersebut. Ini merupakan reaksi psikologis pengguna untuk lebih bersikap terbuka terhadap sesuatu yang mudah dipahami. Kemudahan tersebut dapat mendorong seseorang untuk menerima dan menggunakan sebuah sistem. Persepsi kemudahan penggunaan diyakini memiliki pengaruh yang kuat dalam pembentukan sikap seorang individu dalam menerima sebuah teknologi (Syamsul, 2017).

Adanya pengaruh variabel kemudahan terhadap penggunaan mobile banking dibuktikan oleh beberapa kajian sebelumnya, seperti penelitian Istiqomah (2019) menyebutkan bahwa variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *mobile banking* pembayaran online UKT Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Sementara itu kajian Auliani (2018) menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal itu dapat terjadi karena seseorang tidak terlalu mempermasalahkan kemudahan penggunaan suatu sistem, pada saat ia menggunakan sistem tersebut.

H₂ : Terdapat pengaruh kemudahan *mobile banking* terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry menggunakan *mobile banking*.

2.9.3 Pengaruh Variabel Risiko terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking

Risiko merupakan suatu pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi konsekuensi yang tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan. Semakin kecil persepsi risiko dari individu maka akan semakin besar tingkat kepercayaannya, begitu pula sebaliknya. Jika risiko ini meningkat dari sekedar informasi sampai pada keputusan nasabah dalam melakukan transaksi maka akan terjadi dengan minat yang menurun. Hal ini didukung pada penelitian yang dilakukan oleh Hadi dan Novi (2015), Fadhli dan Fachruddin (2016) dan Hidayati (2018) yang menyatakan bahwa variabel risiko berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Afghani dan Yulianti (2017) menyatakan bahwa risiko tidak mempengaruhi minat seseorang. Dan juga sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustina dkk. (2018) menyatakan bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile banking*.

H₃ : Terdapat pengaruh risiko *mobile banking* terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry menggunakan *mobile banking*.

2.9.4 Pengaruh Variabel Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking

Hasil penelitian Fandi (2019) menyebutkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori menurut Tjiptono (2007) bahwa kualitas layanan jasa pada bank harus mempunyai tingkat keunggulan yang diharapkan dapat memenuhi tingkat keinginan nasabah yaitu *expectation* dan kinerja (*performance*). Sama halnya dengan PT Bank Syariah Mandiri Surabaya dalam memberikan keunggulan kualitas layanan jasa (elektronik) kepada nasabah dalam penggunaan *mobile banking*.

Diantaranya dari sisi reabilitas, bagaimana sistem *mobile banking* dapat bekerja dimana saja dan kapan saja sesuai kebutuhan nasabah; Daya tanggap, bagaimana karyawan mampu tanggap mengenai kritik, keluhan serta saran mengenai *mobile banking*; Keamanan dan privasi, bagaimana *mobile banking* mampu memberikan rasa aman nasabah dalam bertansaksi, jaminan data kerahasiaan nasabah serta memiliki tingkat risiko keamanan yang tinggi; Kenyamanan, sistem layanan yang fleksibel dan mudah untuk digunakan; Efisiensi, bagaimana *mobile banking* dalam melakukan transaksi dapat diakses 24 jam sehingga dapat menghemat waktu dan biaya; kemudahan, bagaimana sistem serta fitur layanan *mobile banking* dengan mudah dapat dipahami oleh nasabah.

H₄ : Terdapat pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry menggunakan *mobile banking*.

2.10 Batasan Generasi

Batasan Generasi dilihat pada cara masyarakat mengelompokkan dan mengidentifikasi kelompok orang berdasarkan periode kelahiran dan pengalaman hidup bersama. Berikut adalah batasan umum yang digunakan untuk mengidentifikasi generasi:

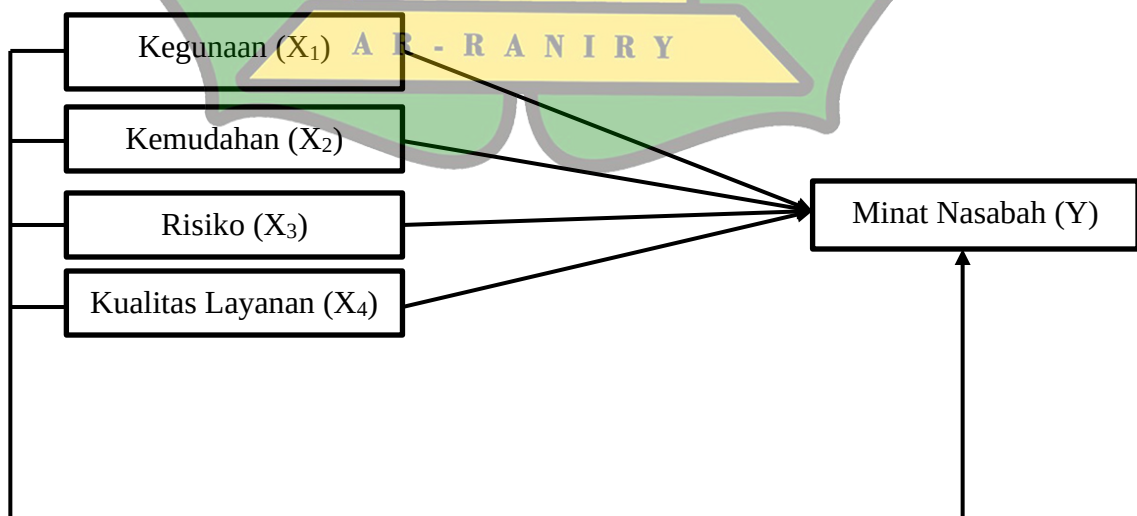
1. Generasi Silent (Garis waktu perkiraan kelahiran: 1928-1945). Batasaan Umur: Generasi ini meliputi individu yang lahir sebelum Perang Dunia II hingga setelah perang berakhir.

2. Baby Boomers (Garis waktu perkiraan kelahiran: 1946-1964). Batasan Umur: Generasi ini mencakup individu yang lahir setelah Perang Dunia II hingga pertengahan 1960-an.
3. Generasi X (Garis waktu perkiraan kelahiran: 1965-1980). Batasan Umur: Individu yang lahir setelah pertengahan 1960-an hingga awal 1980-an.
4. Generasi Y (Millennials) (Garis waktu perkiraan kelahiran: 1981-1996). Batasan Umur: Individu yang lahir pada awal 1980-an hingga pertengahan 1990-an.
5. Generasi Z (Garis waktu perkiraan kelahiran: 1997-an hingga awal 2010-an). Batasan Umur: Generasi ini melibatkan individu yang lahir pada akhir 1990-an hingga awal 2010-an.
6. Generasi Alpha (Garis waktu perkiraan kelahiran: Sejak pertengahan 2010-an). Batasan Umur: Generasi ini mencakup individu yang lahir sejak pertengahan 2010-an hingga beberapa tahun ke depan.

2.11 Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran atau alur berpikir dalam penelitian ini dapat divisualisasikan sebagai berikut. Tujuan dibentuknya kerangka berpikir agar penulis mudah dalam menemukan data di lapangan.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian yaitu suatu penyelidikan yang baik dan teratur dan terus-menerus dapat memecahkan suatu masalah (Nazir, 2014). Penelitian ini tergolong pada kategori penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif bisa diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel pada dasarnya dilakukan secara random (acak), pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif /statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014). Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkat (*skorsing*) (Sugiyono, 2014).

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah pendekatan penelitian lapangan (*field research*) yakni untuk menganalisis tentang pengaruh kegunaan, kemudahan, risiko dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry menggunakan *mobile banking*. Peneliti dalam menganalisis data yang diperoleh di lapangan menggunakan program *software spreadsheet* seperti *microsoft excel*, dan juga program statistik SPSS versi 26.

3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Waktu penelitian dilakukan pada Maret 2023 sampai dengan Agustus 2023.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Suryana (2010:16), populasi adalah total keseluruhan dari unit analisa yang karakteristiknya akan diduga. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN

Ar-Raniry yang aktif mulai Angkatan 2016 – 2022 yang berjumlah 727 orang. Dalam penelitian ini berfokus pada 100 orang untuk dijadikan data penelitian.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Di mana, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 2011). Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2014) *probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Menurut Sugiyono (2014) bahwa dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak sederhana tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen (Sugiyono, 2014).

Pada penelitian ini dilakukan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *random sampling*, hal ini dilakukan karena setiap mahasiswa memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel. Untuk menentukan ukuran sampel yang akan diteliti dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin dalam Sugiyono (2014) sebagai berikut:

$$\begin{aligned} (n &= \frac{N}{1 + Ne^2}) \quad (3.1) \\ &= \left(n = \frac{727}{1 + 727 (0,1)^2} \right) = 99,5 = \text{dibulatkan menjadi } 100 \end{aligned}$$

keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Presentase ketidakteelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel dalam penelitian diambil 10%

3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Dalam hal ini maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang dijadikan objek penelitian, dengan demikian pengumpulan data primer merupakan bagian integral dari proses penelitian ekonomi yang digunakan untuk mengambil keputusan (Muhammad, 2008). Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan melalui data dari hasil kuesioner/angket yang dibagikan langsung kepada mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer dari sumbernya dapat dilakukan secara langsung dengan dua macam cara, yakni sebagai berikut:

3.3.2.1 Kuisioner/Angket

Dalam penelitian ini data primer dikumpulkan menggunakan cara kuisioner/ angket. Kuisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang baik bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu juga, kuisioner cocok digunakan apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuisioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau melalui internet (Sugiyono, 2014).

Dalam hal ini, kuisioner yang digunakan dalam menghimpun data primer lebih dahulu diuji validitas dan reliabilitas pertanyaan atau pernyataan. Tujuannya adalah agar mampu dipahami oleh responden guna mendapatkan data yang sesuai dengan yang diharapkan. Setelah melalui proses kesesuaian pada pertanyaan atau pernyataan, proses selanjutnya adalah melakukan penyebaran kuisioner kepada responden dalam penelitian ini. Hasil dari kuisioner tersebut kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS versi 26.

3.3.2.2 Dokumentasi

Dokumentasi yang digunakan peneliti disini berupa foto, gambar, serta data-data yang terkait dengan judul penelitian yang penulis peroleh pada saat melakukan penelitian berupa foto-foto penelitian dan data mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3.3.3 Skala Pengukuran

Menurut Sanusi (2011) skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk dapat menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut jika digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Penelitian ini menggunakan skala pengukuran dengan skala ordinal, maka pengujiannya bentuk pengujian statistik parametrik, artinya data yang akan digunakan harus berskala (minimal) interval. Oleh karena itu peneliti terlebih dahulu melakukan tahapan konversi dengan tujuan data berskala ordinal menjadi interval. Untuk menghitung skala interval, perlu melakukan analisis menggunakan *Method Of Successive Interval* (MSI) untuk mengubah data yang berskala ordinal menjadi skala interval. Adapun langkah-langkah MSI yang dilakukan dalam penelitian ini adalah (1) peneliti terlebih dahulu memperhatikan setiap butir jawaban responden dari angket yang disebar, (2) pada setiap butir ditentukan beberapa orang yang mendapatkan skor 1,2,3,4,5 dan dinyatakan dalam frekuensi, (3) setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi, (4) menentukan nilai proporsi kumulatif dengan jalan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan per kolom skor, (5) menggunakan tabel distribusi normal, dihitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh dan (6) menentukan nilai tinggi densitas untuk setiap Z yang diperoleh (dengan menggunakan tabel densitas). Skala ordinal yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespons pertanyaan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variable yang sedang diukur. Dalam hal ini, responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap setiap pertanyaan yang diberikan. Skala likert lazim menggunakan lima titik dengan label netral di tengah (tiga). Skala ordinal paling banyak dipakai sehingga lebih populer dibandingkan skala lainnya. Berikut adalah contohnya:

Tabel 3.1
Item Instrumen Yang Menggunakan Skala Ordinal

Kategori	Kategori
Sangat Setuju	Sangat Baik
Setuju	Baik
Netral	Netral
Tidak Setuju	Tidak Baik
Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Baik

Skala 1 sampai dengan 5 guna untuk memudahkan responden dalam menjawab pertanyaan yang diajukan peneliti. Dari tiap-tiap pertanyaan/ Pernyataan akan dijawab oleh responden berdasarkan skala ordinal. Berdasarkan hipotesis, indikator pertanyaan mencakup variabel bebas diantaranya kegunaan (X1), kemudahan (X2), risiko (X3) dan kualitas layanan (X4). Sedangkan variabel dependen adalah minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* (Y).

Tabel 3.2
Skala Pengukuran Responden (skala Ordinal 1-5)

No	Jawaban	Kode
1	Sangat Tidak Setuju	STS
2	Tidak Setuju	TS
3	Netral	N
4	Setuju	S
5	Sangat Setuju	SS

Sumber: Sanusi (2011:59)

3.4 Defenisi Oprasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas atau variabel independen (X) dan variabel terikat atau dependen (Y).

Variabel bebas atau variabel independen. Menurut Sugiyono (2014) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen (bebas) yaitu : kegunaan (X1), kemudahan (X2), risiko (X3) dan kualitas layanan (X4). Sedangkan variabel dependen adalah minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* (Y).

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk dapat menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Selain itu, operasionalisasi variabel bertujuan untuk dapat menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Operasionalisasi variabel dalam penelitiannya ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.3
Matriks Oprasionalisasi Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala ukur
Minat (Y)	Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut (Walgito, 2013).	1. Perasaan senang 2. Tertarik 3. Memperhatikan 4. Keterlibatan (Walgito, 2013).	Likert
Kegunaan (X1)	<i>Perceived usefulness</i> didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya (Davis, 2012).	1. Produktivitas 2. Menjadikan kerja lebih efektif 3. Pekerjaan menjadi lebih cepat (Yahyapour, 2008)	Likert
Kemudahan (X2)	Kemudahan penggunaan adalah keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (Widjana, 2010).	1. Mudah dipelajari 2. Fleksibel 3. Dapat mengontrol pekerjaan 4. Serta mudah digunakan (Davis, 1989)	Likert
Risiko (X3)	Risiko adalah peluang terjadinya hasil yang tidak diinginkan sehingga risiko hanya terkait dengan situasi yang memungkinkan	1. Kemungkinan terdapat Risiko pencurian, 2. Membutuhkan biaya yang besar	Likert

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala ukur
	munculnya hasil negatif, serta berkaitan dengan kemampuan memperkirakan terjadinya hasil negatif tersebut (Basyaib, 2007:1).	3. Terdapat Risiko penipuan	
Kualitas Layanan (X4)	Kualitas layanan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah (Tijiptono, 2010).	1. <i>Tangible</i> (bukti fisik) 2. <i>Reliability</i> (keandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) 4. <i>Assurance</i> (jaminan) 5. <i>Empathy</i> (empati) (Candra dan Andriana, 2011)	Likert

Sumber: Data Diolah, 2023

3.5 Uji Kualitas Data Penelitian

3.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah pengukuran yang menunjukkan tingkat ketepatan (keahlian) ukuran suatu instrumen terhadap konsep yang akan diteliti. Suatu instrumen adalah tepat untuk digunakan sebagai ukuran suatu konsep jika memiliki tingkat validitas yang tinggi. Sebaliknya, validitas yang rendah mencerminkan bahwa instrumen kurang tepat untuk diterapkan (Suharso, 2009).

Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat yang mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliable. hal ini tidak berarti bahwa dengan menggunakan instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, otomatis hasil (data) penelitian menjadi valid dan reliable. Hal ini masih dipengaruhi oleh kondisi objek yang diteliti, dan kemampuan orang yang menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu peneliti harus mampu menggunakan instrumen dan mengatur variabel yang diteliti (Sugiyono, 2014).

Uji validitas dapat dihitung dengan melakukan perbandingan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel dan memiliki

nilai positif, maka pertanyaan yang diuji dikatakan valid. Kriteria penilaian uji validitas yang digunakan tersebut yaitu:

- a. Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka komponen kuesioner dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka komponen kuesioner dinyatakan tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan instrumen yang digunakan dalam penelitian guna untuk dapat mengetahui sejauh mana hasil dari suatu pengukuran dapat *relative* konsisten meskipun pengukuran tersebut dilakukan berulang kali (Singarimbun, 2011). Uji reliabilitas ini dilakukan untuk dapat mengetahui sejauh mana kuesioner yang digunakan dapat memperlihatkan kestabilan dari hasil penelitian berikutnya dengan menggunakan uji statistic *Cronbach Alpha* (Ghozali 2013). Kriteria penilaian uji reliabilitas yang digunakan tersebut yaitu:

- a. Jika hasil dari koefisien *alpha* lebih besar dari 0,60 maka koesioner tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika hasil dari koefisien *alpha* lebih kecil dari 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliabel.

3.6 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan guna untuk mengetahui kelayakan dari suatu model regresi. Sebelum melakukannya dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan sebagai berikut:

3.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat digunakan dalam statistik parametrik. Salah satu metode yang digunakan untuk mendeteksi masalah normalitas adalah: *kolmogorov-smirnov* yang digunakan untuk mengetahui apakah sampel berasal dari populasi berdistribusi normal. Pengujian normalitas data pada penelitian menggunakan uji *one sampel kolmogorov-smirnov*, dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data tersebut berdistribusi normal

2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tersebut tidak berdistribusi normal

3.6.2 Uji Multikolieritas

Uji multikolinearitas diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas atau independen variabel ($X_{1,2,3,...,n}$) dimana akan diukur keeratan hubungan antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Sunnyoto, 2012). Indikator model regresi yang baik adalah tidak adanya korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2013). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi (Ghozali, 2013), adalah sebagai berikut:

- (1) Jika R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- (2) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini mengindikasikan adanya multikolinearitas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolinearitas. Multikolinearitas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
- (3) Multikolinearitas juga dapat dilihat dari: tolerance value dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF=1/tolerance$). Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan sebagai berikut:
 - Tolerance value $< 0,10$ atau $VIF > 10$: terjadi multikolinearitas
 - Tolerance value $> 0,10$ atau $VIF < 10$: tidak terjadi multikolinearitas.

3.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain (Sunyoto, 2016). Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi Heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

Ada beberapa cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas yaitu, dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara ZPRED dan SRESID dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah distudentized (Ghozali, 2013). Homoskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan SRESID menyebar di bawah maupun diatas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur.

3.7 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat Analisis regresi berganda mempunyai kaedah yang sama seperti analisis regresi sederhana (Danang, 2013). Jadi analisis ini bertujuan untuk mengukur pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan dan kemudahan terhadap minat menggunakan pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan mobile banking pada mahasiswa FEBI untuk melakukan transaksi pembayaran UKT. Model regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e \dots \dots \dots (3.1)$$

Di mana:

- | | |
|-------------------------|------------------------------------|
| Y | = Minat |
| a | = Konstanta |
| b _{1, 2, 3, 4} | = Koefisien regresi variabel bebas |
| x ₁ | = Kegunaan |
| x ₂ | = Kemudahan |
| x ₃ | = Risiko |

x_4	= Kualitas Layanan
e	= Error

3.8 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan suatu hal yang sering dituntut untuk melakukan pengecekannya. Hipotesis statistik merupakan perumusan hipotesis statistik, antara hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) selalu berpasangan, bila salah satu ditolak, maka yang lain pasti diterima sehingga keputusan yang tegas, yaitu kalau H_0 ditolak H_a diterima (Sugiyono, 2012).

3.8.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F (uji simultan) adalah untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama (serentak) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pada pengujian secara simultan akan diuji pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Pada pengujian ini juga menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Prosedur Uji F ini adalah sebagai berikut:

H_{01} : jika nilai probabilitas $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kegunaan, kemudahan, risiko dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry menggunakan *mobile banking*.

H_{a1} : jika nilai probabilitas $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kegunaan, kemudahan, risiko dan kualitas layanan *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry menggunakan *mobile banking*.

3.8.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu dengan membandingkan t tabel dan t hitung. Masing-masing t hasil perhitungan ini kemudian dibandingkan dengan t tabel yang diperoleh dengan menggunakan taraf kesalahan 0,05 (Sugiyono, 2012).

Pengujian secara individu untuk melihat pengaruh masing-masing variabel sebab terhadap variabel akibat. Untuk pengujian pengaruh parsial, digunakan uji signifikansi terhadap hipotesis yang ditentukan melalui uji t dengan pengujian sebagai berikut:

H_0 : nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$. Dengan demikian H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel kegunaan, kemudahan, risiko dan kualitas layanan *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry menggunakan *mobile banking*..

H_a : nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel kegunaan, kemudahan, risiko dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry menggunakan *mobile banking*.

3.8.3 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 (Ghozali, 2013). Untuk menghitung koefisien determinasi digunakan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = r^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3.2)$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

Menurut Chin (1998) kriteria R^2 terdiri dari tiga klasifikasi, yaitu :

Jika nilai R^2 0.67 – 0,100 : Substansial

Jika nilai R^2 0.66 – 0,33 : Sedang (*moderate*)

Jika nilai R^2 0.32 – 0,00 : Lemah (*weak*).

Perubahan nilai R^2 dapat digunakan untuk melihat apakah pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen memiliki pengaruh yang substantif.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh secara resmi disahkan berdasarkan Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013 tanggal 1 Oktober 2013 dan Peraturan Menteri Agama (PMA) Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Sebelumnya lembaga pendidikan tinggi ini bernama IAIN Ar Raniry yang dikukuhkan pada tanggal 5 Oktober 1963, sebagai IAIN ketiga setelah berdirinya IAIN Sunan Kalijaga dan IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Fakultas pertama dalam lingkungan lembaga IAIN Ar-Raniry yaitu Fakultas Syariah yang berdiri pada tahun 1960 dan dilanjutkan dengan adanya Fakultas Tarbiyah pada tahun 1962, sebagai cabang dari IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, kemudian pada tahun 1962 didirikan Fakultas Ushuluddin, sebagai fakultas ketiga yang dibangun oleh IAIN Ar-Raniry Banda Aceh untuk menyelenggarakan pendidikan di lembaga ini (Panduan Akademik, 2018/2019).

Kata atau sebutan Ar-Raniry diambil dari nama seorang ulama besar dan mufti kerajaan Aceh Darussalam yang sangat berpengaruh pada masa Sultan Iskandar Tsani (1637-1641), yaitu Syekh Nuruddin Ar-Raniry yang berasal dari Rani (sekarang menjadi 53 Rander) di India. Ulama ini telah memberikan sumbangan yang sangat besar terhadap pemikiran Islam di Nusantara pada umumnya dan Aceh khususnya. Sejak berdiri sebagai sebuah lembaga pendidikan tinggi Islam, UIN Ar-Raniry telah menunjukkan strategi dalam perkembangan masyarakat dan pembangunan. Dengan misi yang melalui alumni yang telah merata hampir di seluruh instansi pemerintahan dan swasta, maka wajarlah lembaga ini berdiri dan telah menjadi “jantung masyarakat Aceh” (Panduan Akademik, 2018/2019).

Perkembangan UIN Ar-Raniry selain terus memperbaiki dan membangun, UIN Ar-Raniry telah membuka beberapa program studi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Tidak sampai disitu, dalam upaya memajukan dan menyempurnakan keberadaannya, pada tahun 1989 lembaga pendidikan ini juga

telah membuka Program Magister (S2) dan Program Doktor (S3) Fiqih Modern pada tahun 2002, dan S3 Pendidikan Islam pada tahun 2008. Pada tahun 2014 UIN Ar-Raniry kembali membuka 4 fakultas baru yaitu Fakultas Ilmu Sosial dan Pemerintahan, Fakultas Psikologi, Fakultas Sains dan Teknologi, dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan demikian UIN Ar-Raniry saat ini sudah memiliki sembilan (9) fakultas dan empat puluh tiga (43) program studi (Panduan Akademik, 2018/2019).

Salah satu fakultas baru di UIN Ar-Raniry adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, fakultas tersebut merupakan fakultas favorit dimana dari tahun 2014 sampai 2019 tingkat mahasiswa 54 yang mendaftar selalu meningkat. Para ahli yang lulus dari fakultas ini diupayakan untuk tidak hanya memahami prinsip ilmu ekonomi syariah saja, tetapi mampu terjun langsung di wilayah praktis dan tenaga profesional. pada fakultas ini dituntut untuk menjadi banker profesional di bidang perbankan syariah seperti audit keuangan atau staf audit, kelola keuangan perusahaan atau staf treasury, handle operasional bank atau staf lending, dan bidang kerja lainnya. Tujuan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yaitu menjadikan sarjana yang unggul dalam mengembangkan internasional.

Adapun saat ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mempunyai tiga prodi dan satu diploma yaitu sebagai berikut (Panduan Akademik, 2018/2019) Ekonomi Syariah, S1 Perbankan Syariah, Ilmu Ekonomi dan Program DIII Perbankan Syariah.

4.1.1 Profil Prodi Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry

Program Studi Perbankan Syariah diizinkan beroperasi pada 25 Februari 2014 Berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam, Kementerian Agama Nomor 1134 Tahun 2014 dan sebelumnya ditetapkan dalam Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia dengan nomor 457a/E/O/2013 pada tanggal 27 September 2013. Prodi ini dibawah naungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Capaian Pembelajaran pada Prodi Perbankan Syariah ini adalah sebagai berikut:

- Mampu menyajikan informasi untuk pengambilan keputusan manajemen dan analisis kinerja perbankan syariah dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif;
- Mampu menerapkan aspek fikih muamalah dan hukum positif perbankan terkait dengan manajerial perbankan syariah dan dalam penyusunan akad perbankan syariah;
- Mampu menyusun kelayakan pembiayaan usaha berdasarkan kriteria dan prosedur dalam perbankan syariah;
- Mampu merancang dan mengelola manajemen risiko (risk management) dalam industri perbankan syariah;
- Mampu merancang keputusan strategis dalam investasi dan pembiayaan perbankan syariah;
- Mampu menyajikan kinerja pemasaran perbankan syariah dan membuat strategi pemasaran melalui analisa perilaku konsumen yang dapat mendorong kinerja perbankan syariah;
- Mampu menyusun kinerja sumber daya manusia dengan menggunakan analisa strategi sumber daya manusia untuk mendorong kinerja perbankan syariah;
- Mampu menyusun desain dan studi kelayakan pengembangan industri perbankan syariah dalam skala mikro
- Mampu menyusun dan mengembangkan instrumen pengawasan lembaga keuangan perbankan dan non bank yang berbasis syariah secara tepat;
- Mampu menyelesaikan permasalahan dan pengambilan keputusan yang terkait dengan pengembangan lembaga keuangan syariah/perbankan

4.1.2 Visi dan Misi Prodi Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry

Visi Prodi Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry adalah Unggul dalam pengkajian dan pengembangan keilmuan di bidang perbankan Syariah yang berbasis kompetensi untuk menghasilkan lulusan yang berdaya saing global dengan berorientasi pada nilai-nilai ke-islaman pada tahun 2030.

Misi Prodi Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry adalah sebagai berikut:

- Menyelenggarakan Pendidikan dan pengajaran dalam bidang perbankan Syariah berbasis nilai-nilai keislaman
- Mengembangkan kurikulum yang memuat kompetensi ilmu perbankan Syariah yang berdaya saing global
- Menghasilkan praktisi, analis, peneliti, dan entrepreneur islami dalam bidang perbankan dan keuangan Syariah
- Mengembangkan riset dibidang perbankan Syariah yang berbasis kompetensi dan kebutuhan pasar
- Membina kerjasama dengan berbagai pihak yang terkait dengan pengembangan keuangan dan perbankan Syariah, baik dalam dan luar negeri
- Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat dalam rangka mengaplikasikan ilmu ilmu keuangan dan perbankan Syariah.

4.1.3 Perkembangan Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry

Berdasarkan dari data Akademik Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis, Pada tahun 2014 tahun pertama prodi perbankan syariah memiliki mahasiswa sebanyak 255 mahasiswa, disusul tahun berikutnya yaitu tahun 2015 sebanyak 267 mahasiswa, di tahun 2016 sebanyak 267 mahasiswa, di tahun 2017 sebanyak 303 mahasiswa, di tahun 2018 sebanyak 316 mahasiswa, di tahun 2019 sebanyak 337 mahasiswa, di tahun 2020 sebanyak 115 mahasiswa, di tahun 2021 sebanyak 128 mahasiswa, di tahun 2022 sebanyak 118 mahasiswa, di tahun 2023 sebanyak 171 mahasiswa.

Dengan total mahasiswa Perbankan Syariah seluruhnya adalah 1804 mahasiswa. Mahasiswa yang sudah lulus adalah 1084 mahasiswa dan yang masih berkuliah aktif sebanyak 720 mahasiswa. Dimana, mahasiswa tersebut berasal dari berbagai daerah dan provinsi yang ada di pulau sumatera. Seiring berjalannya waktu, program studi perbankan syariah semakin diminati oleh siswa-siswa yang ingin melanjutkan pendidikan ke jenjang perkuliahan.

4.2 Aplikasi *Mobile Banking* di Banda Aceh

4.2.1 Bank-bank Provider mobile banking di Banda Aceh

Bank yang menyediakan layanan mobile banking di Banda Aceh diantaranya adalah Bank Aceh yang diberi nama Action, Bank Syariah Indonesia (BSI) dan Bank Central Asia (BCA) Syariah.

4.2.2 Aktivasi dan operasionalisasi *Mobile banking*

Berikut adalah cara aktivasi dan operasionalisasi mobile banking untuk Bank Aceh, BSI, dan BCA Syariah:

1. Bank Aceh Syariah (BAS):

- Aktivasi:
 - Kunjungi kantor cabang Bank Aceh Syariah untuk mendaftar dan mengaktifkan layanan Mobile Banking.
 - Bank akan memberikan petunjuk dan menyediakan informasi yang diperlukan, seperti nomor registrasi, dan instruksi penggunaan layanan Mobile Banking.
- Operasionalisasi:
 - Unduh aplikasi Mobile Banking Bank Aceh Syariah dari toko aplikasi resmi.
 - Ikuti langkah-langkah registrasi di aplikasi, dan masukkan informasi yang diperlukan.
 - Setelah registrasi selesai, Anda dapat mulai menggunakan layanan Mobile Banking, seperti transfer, cek saldo, dan pembayaran tagihan.

2. Bank Syariah Indonesia (BSI):

- Aktivasi:
 - Daftar untuk layanan Mobile Banking di kantor cabang Bank Syariah Indonesia atau melalui layanan pelanggan.
 - Bank akan memberikan panduan dan informasi tentang proses aktivasi.
- Operasionalisasi:
 - Unduh aplikasi Mobile Banking BSI dari toko aplikasi resmi.
 - Daftar atau masuk menggunakan informasi yang telah diberikan oleh bank.

- Setelah masuk, dapat mulai menikmati layanan Mobile Banking seperti transfer, cek saldo, dan pembayaran tagihan.

3. Bank BCA Syariah:

- Aktivasi:
 - Mendaftar untuk layanan Mobile Banking di kantor cabang Bank BCA Syariah atau melalui layanan pelanggan.
 - Bank akan memberikan informasi dan petunjuk aktivasi.
- Operasionalisasi:
 - Unduh aplikasi Mobile Banking BCA Syariah dari toko aplikasi resmi.
 - Registrasi atau masuk menggunakan data yang telah diberikan oleh bank.
 - Setelah berhasil masuk, dapat menggunakan berbagai fitur Mobile Banking.

4.2.3 Persaingan Fitur Mobile Banking

Berikut adalah perbandingan fitur mobile banking dari Bank Aceh, BSI, dan BCA Syariah:

1. Bank Aceh:

- Informasi rekening dan mutasi.
- Transfer dana antar rekening Bank Aceh.
- Pembayaran dan pembelian seperti SPP, pajak dan retribusi, listrik (prepaid/postpaid), pulsa, internet, TV berlangganan, zakat, infak, sedekah, dan QRIS.
- Registrasi atau pendaftaran secara mandiri (tanpa harus ke kantor Bank Aceh).

2. BSI (Bank Syariah Indonesia):

- Informasi rekening dan mutasi.
- Transfer dana antar rekening BSI dan antar bank lain.
- Pembayaran dan pembelian seperti tagihan listrik, pulsa, dan lainnya.
- Transaksi QRIS.
- Fitur E-mas dan Gadai Emas via Online.
- Tarik tunai di ATM Bank Syariah Indonesia.
-

3. BCA Syariah:

- Informasi rekening dan mutasi.
- Transfer dana antar rekening BCA Syariah dan antar bank lain.
- Pembayaran dan pembelian seperti tagihan listrik, pulsa, dan lainnya.
- Transaksi QRIS.
- Tarik tunai tanpa kartu di ATM BCA Syariah Mobile Banking

4.3 Uji Instrumen Penelitian

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan kemampuan kuesioner dalam mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Uji validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu kuesioner (Afifudin, 2009:56). Sudarmanto (2005:76) berpendapat bahwa kriteria yang digunakan atau batas minimum suatu instrumen atau tingkat angket dinyatakan valid, apabila:

1. Nilai koefisien korelasi yang diperoleh dari analisis dibandingkan dengan nilai koefisien korelasi pada tabel dengan tingkat kepercayaan yang telah dipilih.
2. Dibuat suatu ukuran tertentu, suatu instrumen dinyatakan valid bila nilai koefisien $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$ maka dinyatakan valid, apabila $r_{\text{tabel}} > r_{\text{hitung}}$ maka tidak valid (Arikunto, 2002).

Hasil pengujian instrumen penelitian dari segi validitas *item-total statistics* terhadap 100 responden sebagaimana tertera pada tabel berikut, menunjukkan bahwa semua item pernyataan mempunyai nilai korelasi r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (lihat tabel r_{tabel} (0,05) pada lampiran) dengan melihat ketentuan rumus $n - 2 = 100 - 2 = 98$. Dengan demikian berarti item pernyataan untuk semua variabel adalah valid. Ringkasan dari hasil uji validitas disajikan dalam Tabel 4.1

Tabel 4.1
Uji Validitas

Variabel		r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
Kegunaan (X1)	KG1	0,364	0,196	Valid
	KG2	0,398	0,196	Valid
	KG3	0,825	0,196	Valid
Kemudahan (X2)	KM1	0,698	0,196	Valid
	KM2	0,703	0,196	Valid
	KM3	0,779	0,196	Valid

	KM4	0,675	0,196	Valid
Risiko (X3)	RS1	0,766	0,196	Valid
	RS2	0,779	0,196	Valid
	RS3	0,364	0,196	Valid
Kualitas Layanan (X4)	KL1	0,466	0,196	Valid
	KL2	0,626	0,196	Valid
	KL3	0,653	0,196	Valid
	KL4	0,733	0,196	Valid
	KL5	0,679	0,196	Valid
Minat Mahasiswa (Y)	MM1	0,791	0,196	Valid
	MM2	0,802	0,196	Valid
	MM3	0,544	0,196	Valid
	MM4	0,841	0,196	Valid

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini semuanya dinyatakan valid, karena mempunyai koefisien korelasi diatas dari nilai kritis korelasi yaitu sebesar 0,196 sehingga semua pertanyaan yang terkandung dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid untuk dilanjutkan penelitian yang lebih mendalam.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk (Baktiar, 2010). Indikator atau alat ukur dinyatakan memiliki reliabilitas yang tinggi atau dapat dipercaya, apabila alat ukur tersebut stabil sehingga dapat diandalkan dan dapat digunakan untuk meramalkan. Dengan demikian alat ukur tersebut akan memberikan hasil pengukuran yang tidak berubah-ubah dan akan memberikan hasil yang serupa apabila digunakan berkali-kali. Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang tidak bersifat tendensius atau mengarahkan responden untuk memilih-milih jawaban tertentu. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang sesuai dengan kondisi sesungguhnya.

Selanjutnya, hasil pengujian instrumen penelitian dari segi reliabilitas *item-total statistics* terhadap 100 responden. Output hasil dari uji reliabilitas menggunakan program *SPSS Statistic 26.0* ringkasan dari hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2
Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.922	19

Hasil perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan software SPSS dapat dilihat pada Cronbach's Alpha. Data dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,6.

4.4 Deskripsi

4.4.1 Analisis Deskripsi Variabel Independen (X)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel X adalah terdiri dari faktor kegunaan, kemudahan, risiko dan kualitas layanan. Ketiga variabel ini kemudian dilihat tingkat persetujuan responden melalui item-item pernyataan, sebagaimana terlihat pada uraian di bawah ini.

4.4.1.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kegunaan

Variabel kegunaan dijabarkan ke dalam 3 pernyataan, yang tingkat tanggapan respondennya seperti pada tabel 4.3.

Tabel 4.3
Penjabaran Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Persetujuan Kegunaan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
KG1	<i>Mobile banking</i> sangat produktif untuk digunakan dalam transaksi dengan bank	0	9	8	37	46
KG2	Menggunakan <i>mobile banking</i> membuat pekerjaan lain mudah dilakukan karena <i>mobile banking</i> tidak membutuhkan waktu lama	2	6	12	50	30
KG3	Bagi saya pekerjaan transaksi menjadi lebih cepat dengan menggunakan <i>mobile banking</i>	4	6	7	53	30

Sumber: Data Primer Diolah (2023).

4.4.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kemudahan

Pada penelitian ini, variabel dijabarkan ke dalam 4 pernyataan, yang tingkat tanggapan respondennya seperti pada tabel 4.4.

Tabel 4.4
Penjabaran Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Persetujuan Kemudahan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
KM1	<i>Mobile banking</i> sangat mudah dipelajari dan dipahami dalam penggunaannya bagi nasabah	0	3	5	50	42
KM2	Menggunakan <i>mobile banking</i> lebih fleksibel dari produk lainnya	0	3	18	33	46
KM3	Penggunaan <i>mobile banking</i> dapat mengontrol pekerjaan lain	0	10	6	38	46
KN4	<i>Mobile banking</i> sangat mudah untuk digunakan oleh nasabah	3	4	14	56	23

Sumber: Data Primer Diolah (2023).

4.4.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Risiko

Pada penelitian ini, variabel risiko dijabarkan ke dalam 3 pernyataan, yang tingkat tanggapan respondennya seperti pada tabel 4.5.

Tabel 4.5
Penjabaran Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Persetujuan Risiko

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
RS1	Menggunakan <i>mobile banking</i> bagi saya tidak mengalami risiko pencurian	7	3	21	46	23
RS2	Menggunakan <i>mobile banking</i> tidak membutuhkan biaya yang besar	3	7	3	58	29
RS3	Selama menggunakan <i>mobile banking</i> saya belum pernah mendengar adanya penipuan	0	9	8	37	46

Sumber: Data Primer Diolah (2023).

4.4.1.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Layanan

Pada penelitian ini, variabel kualitas layanan dijabarkan ke dalam 5 pernyataan, yang tingkat tanggapan respondennya seperti pada tabel 4.6.

Tabel 4.6
Penjabaran Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Persetujuan Kualitas Layanan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
KL1	Transaksi menggunakan <i>mobile banking</i> menyediakan bukti yang jelas bagi nasabah	9	28	8	26	29
KL2	<i>Mobile banking</i> bagi saya memiliki keandalan dari produk transaksi lainnya	9	23	22	36	10
KL3	Menggunakan <i>mobile banking</i> sangat cepat berproses dalam transaksi	7	15	20	37	21
KL4	Penggunaan <i>mobile banking</i> terjamin dari berbagai risiko kerugian	7	15	16	36	26
KL5	Pihak bank selalu memperhatikan keluhan-keluhan dari nasabah terkait <i>mobile banking</i>	7	24	11	28	30

Sumber: Data Primer Diolah (2023).

4.4.2 Analisis Deskripsi Variabel Dependen (Y)

Variabel minat dijabarkan ke dalam 4 pernyataan, yang tingkat tanggapan respondennya seperti pada tabel 4.7.

Tabel 4.7
Penjabaran Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Persetujuan Minat

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
M1	Selama menggunakan <i>mobile banking</i> saya sangat senang dalam bertransaksi pada bank	0	7	4	47	42
M2	<i>Mobile banking</i> sangat menarik bagi saya untuk melakukan transaksi dengan bank	0	10	0	66	24

M3	Transaksi menggunakan <i>mobile banking</i> selalu memperhatikan kebutuhan konsumen	0	8	3	53	36
M4	Saya ikut memberikan saran kepada pihak bank terkait fitur-fitur dalam <i>mobile banking</i> sebagai bentuk keterlibatan konsumen	0	7	3	48	42

Sumber: Data Primer Diolah (2023).

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data atau uji asumsi klasik, artinya sebelum kita melakukan analisis statistik untuk uji hipotesis dalam hal ini adalah analisis regresi, maka data penelitian tersebut harus di uji kenormalan distribusinya. Tentunya kita juga sudah tahu, kalau data yang baik itu adalah data yang berdistribusi normal. Dasar Pengambilan Keputusan dalam Uji Normalitas K-S:

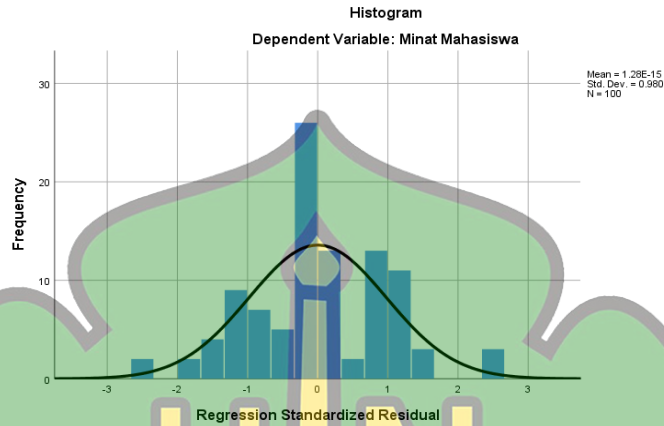
1. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.
2. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.8
Uji Normalitas

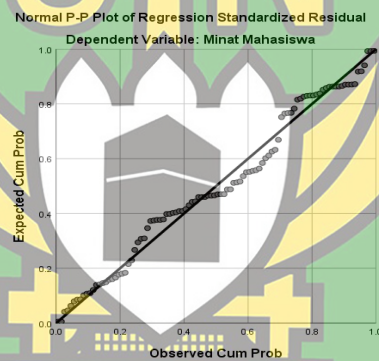
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.18717795
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.075
	Negatif	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.118 ^c

Berdasarkan tabel output SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kualitas produk *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,118 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov diatas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Gambar 4.1
Histogram Uji Normalitas



Gambar 4.2
Normal P-P Plot



Pada gambar normal plot (Gambar 4.1 dan 4.2) terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dengan melihat tampilan gambar normal plot dapat disimpulkan bahwa gambar normal plot memberikan pola distribusi normal. Berdasarkan uji asumsi klasik tersebut, dapat dijelaskan bahwa semua data yang digunakan dalam penelitian memenuhi semua asumsi klasik, sehingga model regresi linear berganda dalam penelitian ini layak digunakan.

4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik (normalitas dan heteroskedastisitas) dalam analisis regresi linear berganda. Tujuan digunakannya uji multikolinearitas dalam penelitian adalah untuk menguji apakah

model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan kuat) antar variabel bebas atau variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model regresi, maka dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu: (1) Melihat nilai korelasi antar variabel independen. (2) Melihat nilai *condition index* dan *eigenvalue*. (3) Melihat nilai *tolerance* dan *variance inflating factor* (VIF). Dalam kesempatan kali ini kita akan mempraktekkan cara melakukan uji multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF menggunakan program SPSS.

Dasar Pengambilan Keputusan dalam Uji Multikolinearitas (Tolerance dan VIF) Seperti yang kita ketahui, bahwa setiap uji statistik yang dilakukan pasti ada dasar pengambilan keputusannya. Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dengan Tolerance dan VIF adalah sebagai berikut:

Pedoman Keputusan Berdasarkan Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*).

1. Jika nilai $VIF < 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.
2. Jika nilai $VIF > 0,10$ maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

Tabel 4.9
Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kegunaan	.153	6.544
	Kemudahan	.332	3.010
	Risiko	.192	1.885
	Kualitas Layanan	.800	1.250

Pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas ini, dapat dilakukan dengan cara melihat nilai Tolerance dan VIF. Berdasarkan tabel output "*Coefficients*" pada bagian "*Collinearity Statistics*" diketahui nilai *Tolerance* untuk variabel (X_1) sebesar 0,153, variabel (X_2) sebesar 0,332, variable (X_3) sebesar 0,192 dan 0,332, variable (X_4) sebesar 0,800 lebih besar dari 0,10.

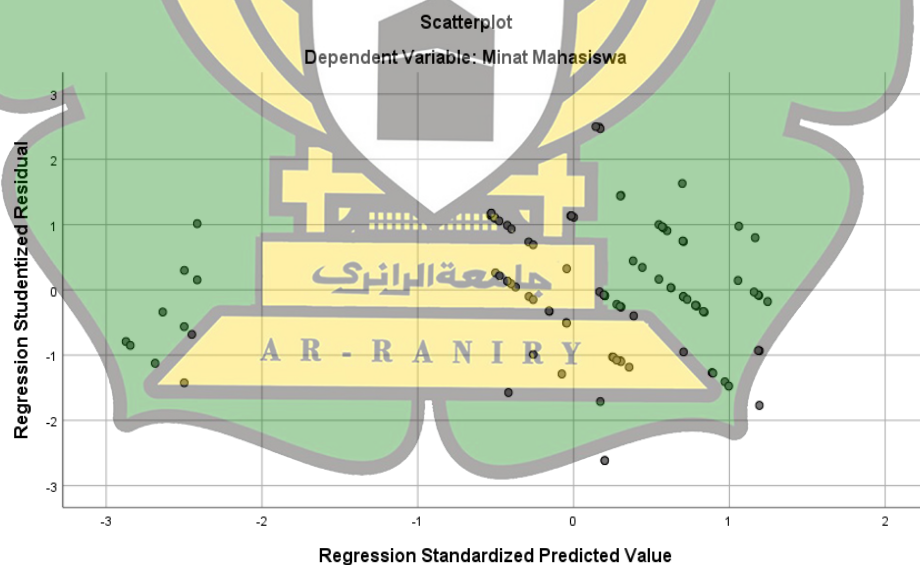
Sementara, nilai VIF untuk variabel (X_1) sebesar 6,544 variabel (X_2) sebesar 3,010, variabel (X_3) sebesar 1,885 lebih kecil dari 10. Maka mengacu pada dasar

pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolineritas dalam model regresi.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat persamaan atau perbedaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dengan ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Jika ada pola tertentu maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Tetapi jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2009).

Gambar 4.3
Scatterplot Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar di atas kita bisa melihat hasil uji heteroskedastisitas menggunakan *scatterplot* telah memenuhi syarat heteroskedastisitas karena pada grafik scatterplot di atas titik-titiknya tidak membentuk pola tertentu dan tidak teratur, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya masalah heteroskedastisitas atau bebas dari masalah heteroskedastisitas.

4.6 Hasil Penelitian

4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan data yang diinput dalam SPSS dengan model analisis regresi linear berganda didapatkan hasil pada tabel 4.10.

Tabel 4.10
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.893	.838		7.032	.000
	Kegunaan	.435	.146	.396	2.978	.004
	Kemudahan	.378	.071	.477	5.285	.000
	Risiko	.490	.114	.741	4.316	.000
	Kualitas Layanan	.001	.022	.003	.046	.963
a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa						

Tabel "Unstandardized Coefficients B" memberikan informasi tentang persamaan regresi yaitu seberapa besar variabel kegunaan (X_1) kemudahan (X_2), risiko (X_3) dan variabel kualitas layanan (X_4) berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat mahasiswa (Y). Adapun rumus persamaan regresi dalam analisis atau penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$$Y = 5,893 + 0,435 (X_1) + 0,378 (X_2) + 0,490 (X_3) + 0,001 (X_4)$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda diatas dapat diartikan bahwa:

1. Koefisien regresi X_1 , yang diperoleh dari nilai (b_1) yaitu sebesar 0,435 atau 43,5% bernilai positif. Yang artinya apabila variabel kegunaan mengalami peningkatan sebesar 1% maka semakin meningkat minat mahasiswa sebesar 0,435.
2. Koefisien regresi X_2 , yang diperoleh dari nilai (b_2) yaitu sebesar 0,378 atau 37,8% bernilai positif. Yang artinya apabila variabel kemudahan mengalami peningkatan sebesar 1% maka semakin meningkat tingkat minat mahasiswa sebesar 0,378.
3. Koefisien regresi X_3 , yang diperoleh dari nilai (b_3) yaitu sebesar 0,490 atau 49,0% bernilai positif. Yang artinya apabila variabel risiko mengalami

peningkatan sebesar 1% maka semakin meningkat tingkat minat mahasiswa sebesar 0,490.

4. Koefisien regresi X_4 , yang diperoleh dari nilai (b_4) yaitu sebesar 0,001 atau 00,1% bernilai positif. Yang artinya apabila variabel kualitas layanan mengalami peningkatan sebesar 1% maka semakin meningkat tingkat minat mahasiswa sebesar 0,001.

4.6.2 Uji Hipotesis

4.6.2.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t merupakan salah satu uji hipotesis penelitian dalam analisis regresi linear sederhana maupun analisis regresi linear multiples (berganda). Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau variabel independen (X) secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel terikat atau variabel dependen (Y). Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.11
Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.893	.838		7.032	.000
	Kegunaan	.435	.146	.396	2.978	.004
	Kemudahan	.378	.071	.477	5.285	.000
	Risiko	.490	.114	.741	4.316	.000
	Kualitas Layanan	.001	.022	.003	.046	.963

a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa

Berdasarkan nilai t_{hitung} pada tabel 4.11 maka dapat dilakukan kaidah pengujiannya dengan nilai t_{tabel} , $\alpha = 0,05$ dan $n = 95$, uji satu pihak $dk = n - k - 1$ /
 $dk = 95 - 4 - 1 = 4$, sehingga diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,661$ dan hasilnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Kegunaan (X_1)

Nilai t_{hitung} variabel kegunaan (X_1) sebesar 2,978 dengan t_{tabel} 1,661 menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,978 > 1,661$), dengan nilai signifikan ($0,004 < 0,05$) sehingga dapat diartikan bahwa variabel kegunaan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa (Y).

2. Kemudahan (X_2)

Nilai t_{hitung} variabel kemudahan (X_2) sebesar 5,285 dengan t_{tabel} 1,661 menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,285 > 1,661$), dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat diartikan bahwa variabel kemudahan (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa (Y).

3. Risiko (X_3)

Nilai t_{hitung} variabel risiko (X_3) sebesar 4,316 dengan t_{tabel} 1,661 menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,316 > 1,661$), dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat diartikan bahwa variabel risiko (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa (Y).

4. Kualitas Layanan (X_4)

Nilai t_{hitung} variabel kualitas layanan (X_4) sebesar 0,046 dengan t_{tabel} 1,661 menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,046 < 1,661$), dengan nilai signifikan ($0,963 > 0,05$) sehingga dapat diartikan bahwa variabel kualitas layanan (X_4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa (Y).

4.6.2.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Dasar pengambilan keputusan dalam Uji F Ada variabel yang variabel digunakan sebagai acuan atau pedoman untuk melakukan uji hipotesis dalam uji F . Pertama adalah membandingkan nilai signifikansi (Sig.) atau nilai probabilitas hasil output Anova. Kedua adalah membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Berdasarkan Nilai Signifikansi (Sig.) dari Output Anova:

Pada penelitian ini uji F dilakukan dengan bantuan SPSS versi 26 dengan taraf signifikan 5% atau 0,05. Dengan taraf signifikan sebesar 0,05, df_1 (N_1) = $k-1$ = 4 dan df_2 (N_2) = $n - k = 96 - 4 = 96$, dimana k adalah jumlah variabel dan n adalah banyaknya jumlah sampel, maka dapat ditentukan F_{tabel} pada penelitian ini sebesar 2,70. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.12.

Tabel 4.12
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	403.470	4	100.868	68.677	.000 ^b
	Residual	139.530	95	1.469		
	Total	543.000	99			
a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kegunaan, Kemudahan, Risiko						

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar dan nilai F_{tabel} sebesar atau $F_{hitung} 68,677 > 2,703$ dan probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$ maka hipotesis diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kegunaan (X_1) kemudahan (X_2), risiko (X_3) dan variabel kualitas layanan (X_4) berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat mahasiswa (Y). Dengan demikian, maka persyaratan agar kita dapat memaknai nilai koefisien determinasi dalam analisis regresi linear berganda sudah terpenuhi.

4.7 Analisis Koefisien Determinasi

Perhitungan nilai koefisien determinasi sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya atau untuk menyatakan besarnya kontribusi Variabel terhadap variabel Y .

Koefisien determinasi (R Square atau R kuadrat) atau disimbolkan dengan " R^2 " yang bermakna sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas atau variabel independen (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependen (Y), atau dengan kata lain, nilai koefisien determinasi atau R Square ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y .

Tabel 4.13
Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.862 ^a	.743	.732	1.212
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kegunaan, Kemudahan, Risiko				
b. Dependent Variable: Minat Mahasiswa				

Berdasarkan tabel output SPSS "Model Summary" diatas, diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,743. Nilai R Square 0,743 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau "R", yaitu $0,862 \times 0,862 = 0,743$. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,743 atau sama dengan 74,3%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel kegunaan (X_1) kemudahan (X_2), risiko (X_3) dan variabel kualitas layanan (X_4) sebesar 74,3% mempengaruhi variabel minat mahasiswa. Sedangkan sisanya ($100\% - 74,3\% = 25,7\%$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kegunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.
3. Variabel risiko berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.
4. Variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* dengan nilai signifikan sebesar $0,963 > 0,05$.
5. Variabel kegunaan, kemudahan, risiko dan kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* dengan nilai signifikan sebesar $0,004 < 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas maka terdapat dua aspek kualitas pelayanan yang perlu peneliti sarankan, yaitu:

1. Kepada mahasiswa agar terus meningkatkan penggunaan *mobile banking* guna mempermudah dan memperlancar dalam transaksi dengan pihak bank.
2. Kepada peneliti selanjutnya, agar mengkaji lebih lanjut tentang penggunaan *mobile banking* dengan melihat variabel faktor lain dalam variabelnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Accenture. (2021). Banking on Trust: Secure Banking in a Connected World. Diakses dari <https://www.accenture.com/us-en/insights/banking/banking-on-trust>
- Alalwan, A. A., dkk. (2017). Mobile banking apps adoption: A review and future directions. *International Journal of Information Management*, 37(3), 207-221.
- Al-Hyari, K., dkk. (2019). The impact of mobile banking on the performance of Jordanian banks: An empirical study. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(2), 341-359.
- Amanullah, 2014. *Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Pengguna Layanan Mobile Banking Survey Pada Nasabah Bank BCA Semarang*
- Bank for International Settlements. (2021). Mobile banking: a game changer for emerging markets. Diakses dari <https://www.bis.org/fsi/fsiop33.html>
- Capgemini. (2021). World Retail Banking Report 2021. Diakses dari <https://www.capgemini.com/research/world-retail-banking-report-2021/>
- Chen, Y., dkk. (2022). Exploring the determinants of mobile banking adoption: A multi-theoretical perspective. *Telematics and Informatics*, 65, 101717.
- Chin, 1998. *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. *Modern Methods for Business Research*, 295, 336.
- Davis, 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, *MIS Quarterly*, Vol. 13.
- Fakhrurozi, 2018. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Farizi, Hadyan dan Syaefullah, 2013. *Pengaruh Persepsi Kegunaan Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*. *Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya Malang*.

- Gupta, R., & Arora, A. (2018). Adoption of mobile banking: A literature review. *International Journal of Information Management*, 39, 80-91.
- Habibi, 2015. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 3 (1).
- Hanif, 2017. *Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam) Yang Telah Dimodifikasi*. e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, Vol. IV, No. 1
- Hapsara, Radityo Febri. 2015. *Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking*. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Johnson, M., dkk. (2021). Accessibility and mobile banking satisfaction: A study of user experiences. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 37(5), 487-498.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Khatun, F., dkk. (2021). Determinants of mobile banking adoption in the banking industry: An emerging economy perspective. *International Journal of Information Management*, 56, 102-239.
- Lay, J. (2011). *Understanding Mobile Banking: The Emergence of Mobile Money*. SRI International, Center for Science, Technology, and Economic Development.
- Lee, J., dkk. (2020). The role of perceived security and trust in the adoption of mobile banking: The case of South Korea. *Computers in Human Behavior*, 107, 106273.
- Liao, Z., dkk. (2019). Understanding the antecedents of mobile banking satisfaction: A canonical correlation perspective. *Information & Management*, 56(6), 103-179.
- Mubiyantoro dan Syaefullah. 2014. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Pengguna, Persepsi Kesesuaian dan Persepsi Risiko terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking*. Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya. Malang
- Nurastuti, 2011. *Teknologi Perbankan, Edisi Pertama*, Yogyakarta, Graha Ilmu

- Nuryanto, 2012. *Sejarah Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, Jakarta: PT Balai Pustaka.
- Pavlou, 2001. *Consumer Acceptance Of Electronic Commerce: Integrating Trust And Risk With The Technology Acceptance Model*. *International Journal Of Electronic Commerce*, 7(3), 101-134
- Prasetyo, 2020. *Pengaruh Persepsi Dukungan Organisasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Great Citra Lestari*. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(4), 273– 285.
- Pratiwi. 2012. *Pengaruh CAR, BOPO, NPF Dan FDR Terhadap Return On Asset (ROA) Bank Umum Syariah (Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Tahun 2005 –2010)*. *Skripsi*. Semarang : Universitas Diponegoro Semarang.
- Rahman, M. M., dkk. (2019). Mobile banking security: The effects of perceived security control and perceived risk on users' adoption. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 270-278.
- Sadiq, M., dkk. (2021). The determinants of consumers' intention to adopt mobile banking services: A review. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102324.
- Sánchez-Torres, J. A., dkk. (2020). The impact of user interface design on user satisfaction in mobile banking. *International Journal of Information Management*, 50, 302-313.
- Smith, J., dkk. (2020). Mobile banking usage and its impact on financial behavior. *Journal of Financial Services Marketing*, 25(2), 75-87.
- Statista. (2022). *Mobile banking penetration in selected major countries worldwide as of 2022*.
- Wang, D., dkk. (2019). The impact of website quality on customer satisfaction and purchase intention: Perceived playfulness and perceived flow as mediators. *Information & Management*, 56(7), 103-160.
- Wei, Y., dkk. (2018). An empirical study on mobile banking acceptance in China: A modified unified theory of acceptance and use of technology model. *Telecommunications Policy*, 42(6), 464-473.

World Payments Report 2021. (2021). Capgemini. Diakses dari <https://worldpaymentsreport.com/>

Yusmad, 2018. *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Sleman: CV Budi Utama.

Zhang, Y., dkk. (2018). Understanding the determinants of mobile banking adoption: An extension of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *International Journal of Information Management*, 38(1), 1-9.



Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH KEGUNAAN, KEMUDAHAN, RESIKO DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN
MOBILE BANKING
(STUDI PADA MAHASISWA S1 PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN AR-RANIRY)**

Kepada Yth. Bpk/Ibu/Sdr.....

Di tempat

Dengan hormat, Sehubungan dengan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi (TAS) yang berjudul **“Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry)”** maka saya:

Nama : Aulia Rachman

NIM : 170603239

Fakultas/Prodi : FEBI/Perbankan Syariah

Bermaksud untuk memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk meluangkan waktu guna mengisi angket ini untuk keperluan penelitian. Jawaban Bapak/Ibu/Sdr merupakan pendapat pribadi sesuai dengan yang Bapak/Ibu/Sdr alami. Tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban dianggap benar. Identitas dan keterangan yang telah Bapak/Ibu/Sdr berikan akan dijaga kerahasiaannya, sehingga tidak perlu ragu untuk memberikan jawaban karena hanya untuk kepentingan penelitian penyusun skripsi. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr dalam meluangkan waktu untuk mengisi angket ini peneliti mengucapkan terimakasih.

Peneliti

Aulia Rachman
NIM. 170603239

IDENTITAS RESPONDEN CARA PENGISIAN ANGKET

Berikan tanggapan anda terhadap pertanyaan-pertanyaan atau uraian dibawah ini sesuai dengan petunjuk.

Bagian pertama

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

KUESIONER

1	Nama		
2	Alamat		
3	Jenis Kelamin	☐ Laki-laki	☐ Perempuan
4	Usia	☐ < 20 Tahun ☐ 21-25 Tahun ☐ >25 Tahun	
5	Mahasiswa Angkatan	☐ 2015 ☐ 2016 ☐ 2017	☐ 2018 ☐ 2019 ☐ 2020
6	Pengalaman menggunakan Mobile Banking	☐ 1 – 2 tahun ☐ 3 – 4 tahun	☐ >4 tahun
7	Hp	☐	☐

Bagian Kedua

Petunjuk : Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda check (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Saudara. Penilaian dapat dilakukan berdasarkan skala berikut ini:

Mulai dari skala 1 sampai dengan 5 semakin besar angka yang anda pilih semakin puas, dan sebaliknya.

STS	: Sangat Tidak Setuju	Nilainya 1
TS	: Tidak Setuju	Nilainya 2
KS	: Kurang Setuju	Nilainya 3
S	: Setuju	Nilainya 4
SS	: Sangat Setuju	Nilainya 5

A. Minat

No	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Selama menggunakan <i>mobile banking</i> saya sangat senang dalam bertransaksi pada bank					
2	<i>Mobile banking</i> sangat menarik bagi saya untuk melakukan transaksi dengan bank					
3	Transaksi menggunakan <i>mobile banking</i> selalu memperhatikan kebutuhan konsumen					
4	Saya ikut memberikan saran kepada pihak bank terkait fitur-fitur dalam <i>mobile banking</i> sebagai bentuk keterlibatan konsumen					

B. Kegunaan

No	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	<i>Mobile banking</i> sangat produktif untuk digunakan dalam transaksi dengan bank					
2	Menggunakan <i>mobile banking</i> membuat pekerjaan lain mudah dilakukan karena <i>mobile banking</i> tidak membutuhkan waktu lama					
3	Bagi saya pekerjaan transaksi menjadi lebih cepat dengan menggunakan <i>mobile banking</i>					

C. Kemudahan

No	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	<i>Mobile banking</i> sangat mudah dipelajari dan dipahami dalam penggunaannya bagi nasabah					
2	Menggunakan <i>mobile banking</i> lebih fleksibel dari produk lainnya					

3	Penggunaan <i>mobile banking</i> dapat mengontrol pekerjaan lain					
4	<i>Mobile banking</i> sangat mudah untuk digunakan oleh nasabah					

D. Resiko

No	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Menggunakan <i>mobile banking</i> bagi saya tidak mengalami resiko pencurian					
2	Menggunakan <i>mobile banking</i> tidak membutuhkan biaya yang besar					
3	Selama menggunakan <i>mobile banking</i> saya belum pernah mendengar adanya penipuan					

E. Kualitas Layanan

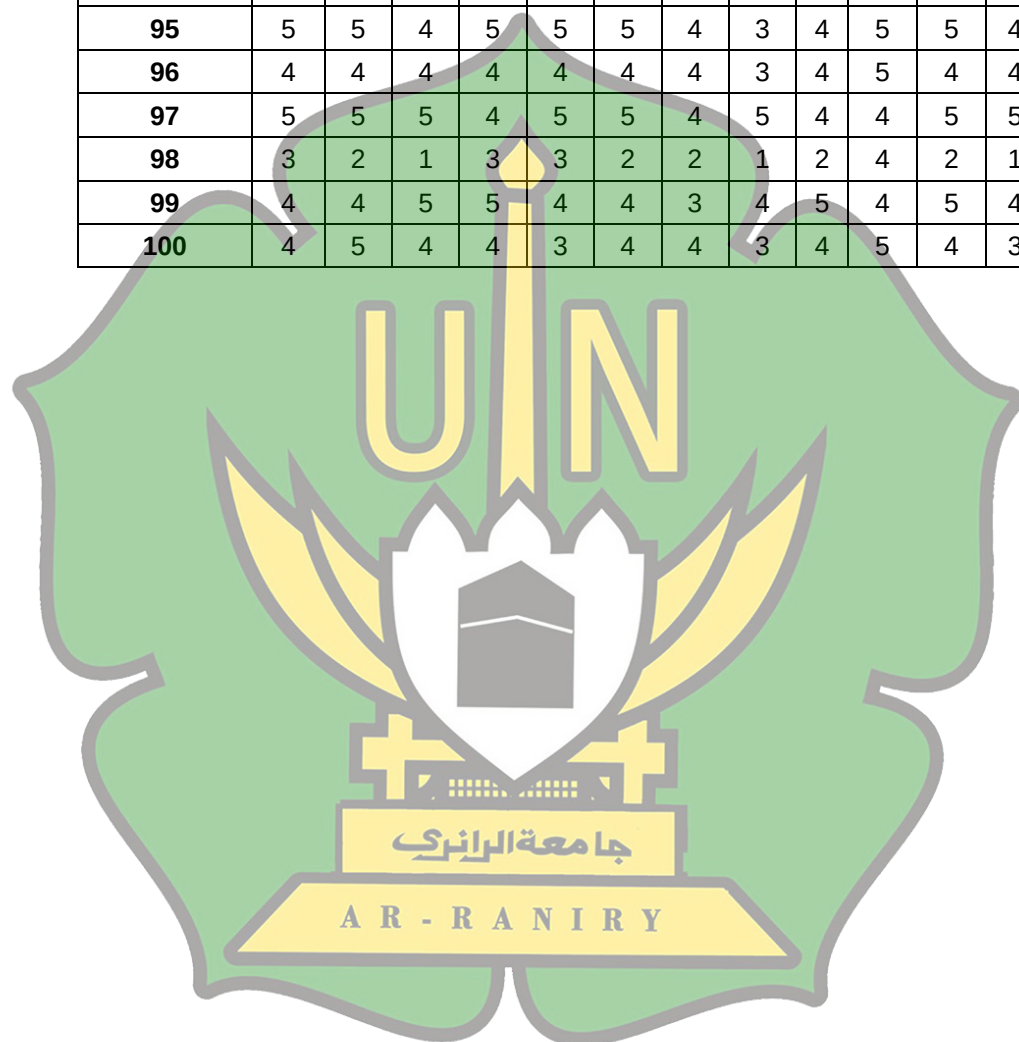
No	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Transaksi menggunakan <i>mobile banking</i> menyediakan bukti yang jelas bagi nasabah					
2.	<i>Mobile banking</i> bagi saya memiliki keandalan dari produk transaksi lainnya					
3	Menggunakan <i>mobile banking</i> sangat cepat berproses dalam transaksi					
4	Penggunaan <i>mobile banking</i> terjamin dari berbagai resiko kerugian					
5	Pihak bank selalu memperhatikan keluhan-keluhan dari nasabah terkait <i>mobile banking</i>					

Lampiran 2. Tabulasi Data

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1	2	2	4	4	4	5	4	4	4	2	2	2	3	4	4	5	5	4	5
2	4	5	4	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	4
4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	2	2	5	4	4	5	4	4	4
5	5	3	3	4	4	3	4	3	4	5	4	3	4	2	1	2	4	4	5
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	4	2	4	4	4	4	3
7	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	1	4	4	5	5	4	5	4	5
8	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	1	1	2	2	3	2	4
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	2	5	5	4	5
10	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	2	2	4	4	2	4	4	4	4
11	5	4	3	4	3	5	3	5	4	3	3	4	5	2	2	2	5	4	4
12	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	2	2	3	4	3	4	4	4	4
13	3	3	4	4	5	3	4	3	4	5	5	2	3	3	5	4	4	4	5
14	4	5	2	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4
15	4	4	2	5	5	5	4	5	5	5	5	2	3	3	2	3	5	5	4
16	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	1	4	4	5
17	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	2	2	3	3	3	3	4	5	4
18	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4
19	4	2	4	4	3	4	3	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4
20	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	2	2	5	5	5
21	5	2	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	3
22	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5
23	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
24	4	3	3	3	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	5
25	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
26	5	4	4	3	3	2	1	1	1	5	2	3	2	1	2	2	2	2	4
27	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4
28	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
30	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
31	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4
32	4	5	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	2
34	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4
35	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	2	2	4	4	3	5	4	4
38	3	2	2	2	2	2	3	2	2	4	3	2	1	1	2	1	3	2	4
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
40	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
41	5	4	3	4	3	5	3	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	4	4
42	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
43	3	3	4	4	5	3	4	3	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4

44	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5
46	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5
47	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4
48	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4
49	4	3	4	4	3	4	3	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	2
50	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
51	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	2
52	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5
54	3	5	4	4	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	5
55	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
56	4	4	4	4	3	2	1	1	1	5	2	3	2	1	2	2	2	2	4
57	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4
58	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2
60	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
61	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	2
62	4	5	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5
65	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
67	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4
68	4	5	3	2	2	2	3	2	2	4	3	2	1	1	2	1	3	2	5
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
70	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	5	4	3	4	3	5	3	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	4	4
72	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
73	3	3	4	4	5	3	4	3	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	3
74	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
75	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
76	4	5	4	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4
77	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5
78	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	2
79	4	3	4	4	3	4	3	4	4	2	5	3	4	4	5	4	4	4	5
80	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	2
81	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
82	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
83	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5
84	3	2	1	3	3	2	2	1	2	4	2	1	2	2	1	2	2	2	5
85	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4
86	2	3	1	3	3	2	1	1	1	5	2	3	2	1	2	2	2	2	4
87	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4
88	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4

90	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
91	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5
92	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	2
93	4	3	4	4	3	4	3	4	4	2	5	3	4	4	5	4	4	5
94	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
95	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5
96	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
97	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5
98	3	2	1	3	3	2	2	1	2	4	2	1	2	2	1	2	2	4
99	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4
100	4	5	4	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	4	5



Lampiran 3. Hasil Uji Validitas

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	TOTAL
X1	Pearson Correlation	1	.694**	.145	.258**	.302**	.115	.116	.071	.155	1.000**	-.059	.084	.000	.055	.120	.198*	.151	-.175	.238*	.364**
	Sig. (2-tailed)		.000	.151	.010	.002	.255	.250	.482	.124	.000	.558	.405	1.000	.587	.234	.048	.133	.081	.017	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.694**	1	.222*	.171	.155	.174	.049	.164	.164	.694**	.008	.085	.028	.134	.118	.264**	.178	-.145	.280**	.398**
	Sig. (2-tailed)	.000		.027	.089	.123	.083	.628	.102	.103	.000	.938	.399	.784	.182	.243	.008	.077	.149	.005	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.145	.222*	1	.582**	.653**	.706**	.626**	.887**	.785**	.145	.230*	.398**	.392**	.472**	.460**	.790**	.738**	-.170	.848**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.151	.027		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.151	.021	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.091	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4	Pearson Correlation	.258**	.171	.582**	1	.762**	.680**	.615**	.559**	.734**	.258**	.064	.214*	.404**	.429**	.385**	.595**	.726**	-.074	.631**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.010	.089	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.010	.527	.032	.000	.000	.000	.000	.000	.467	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5	Pearson Correlation	.302**	.155	.653**	.762**	1	.627**	.689**	.541**	.678**	.302**	.117	.295**	.292**	.331**	.427**	.570**	.684**	-.097	.689**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.002	.123	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.002	.247	.003	.003	.001	.000	.000	.000	.338	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X6	Pearson Correlation	.115	.174	.706**	.680**	.627**	1	.701**	.773**	.702**	.115	.157	.352**	.443**	.483**	.375**	.803**	.843**	-.109	.848**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.255	.083	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.255	.118	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.283	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X7	Pearson Correlation	.116	.049	.626**	.615**	.689**	.701**	1	.645**	.701**	.116	.122	.265**	.286**	.422**	.310**	.651**	.763**	-.063	.714**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.250	.628	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.250	.227	.008	.004	.000	.002	.000	.000	.533	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X8	Pearson Correlation	.071	.164	.887**	.559**	.541**	.773**	.645**	1	.796**	.071	.160	.317**	.395**	.455**	.393**	.809**	.707**	-.180	.798**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.482	.102	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.482	.112	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.074	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X9	Pearson Correlation	.155	.164	.785**	.734**	.678**	.702**	.701**	.796**	1	.155	.169	.247**	.405**	.478**	.360**	.783**	.790**	-.085	.791**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.124	.103	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.124	.092	.013	.000	.000	.000	.000	.000	.403	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X10	Pearson Correlation	1.000**	.694**	.145	.258**	.302**	.115	.116	.071	.155	1	-.059	.084	.000	.055	.120	.198*	.151	-.175	.238*	.364**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.151	.010	.002	.255	.250	.482	.124		.558	.405	1.000	.587	.234	.048	.133	.081	.017	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X11	Pearson Correlation	-.059	.008	.230*	.064	.117	.157	.122	.160	.169	-.059	1	.616**	.539**	.526**	.575**	.183	.230*	-.153	.199*	.466**
	Sig. (2-tailed)	.558	.938	.021	.527	.247	.118	.227	.112	.092	.558		.000	.000	.000	.000	.069	.021	.129	.047	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X12	Pearson Correlation	.084	.085	.398**	.214*	.295**	.352**	.265**	.317**	.247*	.084	.616**	1	.725**	.593**	.620**	.298**	.298**	-.037	.353**	.626**
	Sig. (2-tailed)	.405	.399	.000	.032	.003	.000	.008	.001	.013	.405	.000		.000	.000	.000	.003	.003	.712	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X13	Pearson Correlation	.000	.028	.392**	.404**	.292**	.443**	.286**	.395**	.405**	.000	.539**	.725**	1	.707**	.645**	.400**	.382**	-.087	.379**	.653**
	Sig. (2-tailed)	1.000	.784	.000	.000	.003	.000	.004	.000	.000	1.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.387	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X14	Pearson Correlation	.055	.134	.472**	.429**	.331**	.483**	.422**	.455**	.478**	.055	.526**	.593**	.707**	1	.715**	.456**	.510**	-.140	.445**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.587	.182	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.587	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.166	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X15	Pearson Correlation	.082	.115	.426**	.317**	.287**	.387**	.280**	.360**	.337**	.082	.623**	.613**	.596**	.761**	.776**	.357**	.454**	-.197*	.393**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.420	.253	.000	.001	.004	.000	.005	.000	.001	.420	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.050	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X16	Pearson Correlation	.198*	.264**	.790**	.595**	.570**	.803**	.651**	.809**	.783**	.198*	.183	.298**	.400**	.456**	.345**	1	.713**	-.104	.874**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.048	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.048	.069	.003	.000	.000	.000		.000	.304	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X17	Pearson Correlation	.151	.178	.738**	.726**	.684**	.843**	.763**	.707**	.790**	.151	.230*	.298**	.382**	.510**	.425**	.713**	1	-.116	.812**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.133	.077	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.133	.021	.003	.000	.000	.000	.000		.249	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X18	Pearson Correlation	-.175	-.145	-.170	-.074	-.097	-.109	-.063	-.180	.085	-.175	-.153	-.037	-.087	-.140	-.252*	-.104	-.116	1	-.093	0.544**
	Sig. (2-tailed)	.081	.149	.091	.467	.338	.283	.533	.074	.403	.081	.129	.712	.387	.166	.012	.304	.249		.359	.143
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X19	Pearson Correlation	.238*	.280**	.848**	.631**	.689**	.848**	.714**	.798**	.791**	.238*	.199*	.353**	.379**	.445**	.394**	.874**	.812**	-.093	1	.841**
	Sig. (2-tailed)	.017	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.017	.047	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.359		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

TOTAL	Pearson Correlation	.364**	.398**	.825**	.698**	.703**	.779**	.675**	.766**	.779**	.364**	.466**	.626**	.653**	.733**	.696**	.791**	.802**	-.148	.841**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.143	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100



Lampiran 4. Frequency

X1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	9	9.0	9.0	9.0
	N	8	8.0	8.0	17.0
	S	37	37.0	37.0	54.0
	SS	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	6	6.0	6.0	8.0
	N	12	12.0	12.0	20.0
	S	50	50.0	50.0	70.0
	SS	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	TS	6	6.0	6.0	10.0
	N	7	7.0	7.0	17.0
	S	53	53.0	53.0	70.0
	SS	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	N	5	5.0	5.0	8.0
	S	50	50.0	50.0	58.0
	SS	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	N	18	18.0	18.0	21.0
	S	33	33.0	33.0	54.0
	SS	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	10	10.0	10.0	10.0
	N	6	6.0	6.0	16.0
	S	38	38.0	38.0	54.0
	SS	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	4	4.0	4.0	7.0
	N	14	14.0	14.0	21.0
	S	56	56.0	56.0	77.0
	SS	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	7	7.0	7.0	7.0
	TS	3	3.0	3.0	10.0
	N	21	21.0	21.0	31.0
	S	46	46.0	46.0	77.0
	SS	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	7	7.0	7.0	10.0
	N	3	3.0	3.0	13.0
	S	58	58.0	58.0	71.0
	SS	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	9	9.0	9.0	9.0
	N	8	8.0	8.0	17.0
	S	37	37.0	37.0	54.0
	SS	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X11					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	9	9.0	9.0	9.0
	TS	28	28.0	28.0	37.0
	N	8	8.0	8.0	45.0
	S	26	26.0	26.0	71.0
	SS	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X12					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	9	9.0	9.0	9.0
	TS	23	23.0	23.0	32.0
	N	22	22.0	22.0	54.0
	S	36	36.0	36.0	90.0
	SS	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X13					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	7	7.0	7.0	7.0
	TS	15	15.0	15.0	22.0
	N	20	20.0	20.0	42.0
	S	37	37.0	37.0	79.0
	SS	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X14					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	7	7.0	7.0	7.0
	TS	15	15.0	15.0	22.0
	N	16	16.0	16.0	38.0
	S	36	36.0	36.0	74.0
	SS	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X15					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	7	7.0	7.0	7.0
	TS	24	24.0	24.0	31.0
	N	11	11.0	11.0	42.0
	S	28	28.0	28.0	70.0
	SS	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X16					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7.0	7.0	7.0
	N	4	4.0	4.0	11.0
	S	47	47.0	47.0	58.0
	SS	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X17					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	10	10.0	10.0	10.0
	S	66	66.0	66.0	76.0
	SS	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X18					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	8.0	8.0	8.0
	N	3	3.0	3.0	11.0
	S	53	53.0	53.0	64.0
	SS	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X19					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7.0	7.0	7.0
	N	3	3.0	3.0	10.0
	S	48	48.0	48.0	58.0
	SS	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

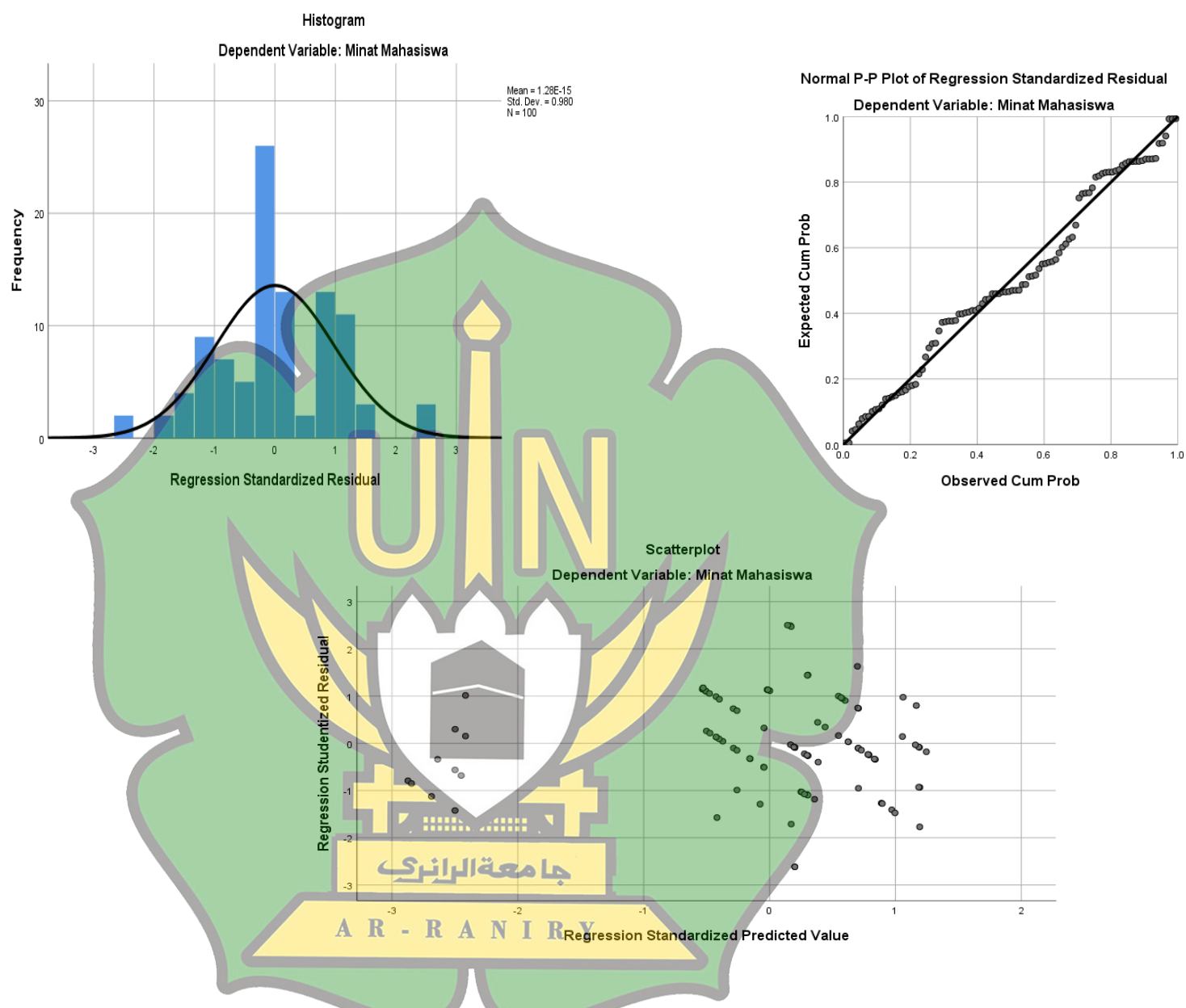
Lampiran 5. Hasil Uji Regresi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.862 ^a	.743	.732	1.212
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kegunaan, Kemudahan, Resiko				
b. Dependent Variable: Minat Mahasiswa				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	403.470	4	100.868	68.677	.000 ^b
	Residual	139.530	95	1.469		
	Total	543.000	99			
a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kegunaan, Kemudahan, Resiko						

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.893	.838		7.032	.000		
	Kegunaan	.435	.146	.396	2.978	.004	.153	6.544
	Kemudahan	.378	.071	.477	5.285	.000	.332	3.010
	Resiko	.490	.114	.741	4.316	.000	.192	1.885
	Kualitas Layanan	.001	.022	.003	.046	.963	.800	1.250
a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa								

Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.18717795
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.075
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.118 ^c