

**SKRIPSI**

**DETERMINAN PENGGUNAAN FITUR BERBAGI  
ZISWAF PADA BSI *MOBILE***



**Disusun Oleh:**

**EKA FATMAWATI  
NIM. 200603079**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2024 M/1446 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Eka Fatmawati  
NIM : 200603079  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya :

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

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

AR - R A N I R Y Banda Aceh, 31 Juli 2024  
Yang menyatakan,  
  
Eka Fatmawati



# PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

## Determinan Penggunaan Fitur Berbagi ZISWAF Pada BSI *Mobile*

Disusun oleh:

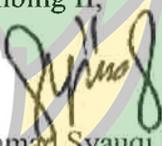
Eka Fatmawati  
NIM: 200603079

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

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
Ismuadi, S.E., S.Pd.i., M. Si  
NIP. 19860101282019031005

  
Muhammad Syauqi Bin Armia, MBA  
NIP. 197711052006042003

Mengetahui,  
Ketua Prodi Perbankan Syariah,

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

# PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

## Determinan Penggunaan Fitur Berbagi ZISWAF Pada BSI Mobile

Eka Fatmawati  
NIM: 200603079

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 (S1) dalam Bidang Perbankan  
Syariah

Pada Hari/Tanggal : Rabu, 31 Juli 2024 M  
25 Muharram 1446 H

Banda Aceh  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

  
Isnuadi, S.E., S.Pd.i., M. Si  
NIP. 19860101282019031005

Sekretaris,

  
Muhammad Syaufi Bin Armia, MBA  
NIP. 197711052006042003

Penguji I,

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

Penguji II,

  
Isnaliana, S.Hl., MA  
NIDN . 2029099003

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](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Eka Fatmawati  
NIM : 200603079  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
E-mail : 200603079@student-ar-raniry.ac.id

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

Tugas Akhir  KKU  Skripsi  .....

Yang berjudul:

**Determinan Penggunaan Fitur Berbagi ZISWAF Pada BSI Mobile**

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

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

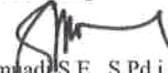
Pada tanggal : 31 Juli 2024

Mengetahui,

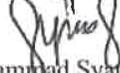
Penulis,

  
Eka Fatmawati  
NIM. 200603079

Pembimbing I,

  
Ismaad S.E., S.Pd.i., M. Si  
NIP. 19860101282019031005

Pembimbing II,

  
Muhammad Syauqi Bin Armia, MBA  
NIP. 197711052006042003

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Determinan Penggunaan Fitur Berbagi ZISWAF Pada BSI Mobile.** Tidak lupa pula, shalawat beserta salam penulis limpahkan kepada pangkanan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam kebodohan ke alam 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. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banya memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag dan Ana Fitria, S.E., M.Sc., RSA selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah.

3. Hafiizh Maulana, SP., S.H.I., M.E selaku ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ismuadi, S.E., S.Pd.i., M.Si selaku pembimbing I sekaligus Penasehat Akademik (PA) dan Muhammad Syauqi Bin Armia, MBA selaku pembimbing II yang tak bosan-bosannya memberikan arahan dan nasehat bagi penulis demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
6. Cinta pertama dan panutanku, Ayahda Sulaiman M Amin dan pintu surgaku Ibunda Anita. Terima kasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Semoga ayah ibu sehat panjang umur dan bahagia selalu.
7. Kepada adik bungsu saya Mardiwi. Terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terima kasih atas semangat, doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat.

8. Teman-teman saya, Nina Mulia Sary, Amd.Ak Khairun Nisa, Zahara Fonna, Adelia Matilda, Puteri Amelia Fazira, S.E., Alfi nailul munna, S.E., Meliza, teman-teman SMA. Terimakasih atas berbagai pengalaman dan pelajaran yang sangat berharga bagi penulis, terimakasih atas segala semangat, dukungan, dan motivasi yang tiada henti kepada penulis.
9. Teman-teman seperjuangan jurusan perbankan syariah angkatan 2020 yang turut membantu serta memberi saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada seluruh pihak terkait yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan demi kelancaran penulisan skripsi ini.

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'alamin.

Banda Aceh, 01 Juni 2024  
Penulis,

Eka Fatmawati

**TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN**  
**Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K**  
**Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987**

**1. Konsonan**

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

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

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

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

### b. Vokal Rangkap

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

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

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

### 3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
ي / َ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

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

### 4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- Ta *marbutah* (ة) hidup  
Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.
- Ta *marbutah* (ة) mati  
Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- 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/ raudatulatfāl*

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

طَلْحَةُ : *Ṭalḥah*

### Catatan:

#### Modifikasi

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

## ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Eka Fatmawati  
NIM : 200603079  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul : Determinan Penggunaan Fitur Berbagai ZISWAF Pada BSI *Mobile*  
Pembimbing I : Ismuadi, S.E., S.Pd.i., M.Si  
Pembimbing II : Muhammad Syauqi Bin Armia, MBA

Dalam ekonomi Islam, zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF) merupakan beberapa cara untuk memberikan kesejahteraan kepada seluruh umat manusia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan manfaat terhadap penggunaan berbagai ZISWAF pada BSI *Mobile*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Simpang Surabaya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan metode *probability sampling* yaitu dengan menggunakan *Simpel Random Sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 98 responden. Teknik Pengumpulan data kuesioner dengan menggunakan *google form*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan SPSS Versi 26. Berdasarkan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kemudahan tidak berpengaruh signifikan, sedangkan kepercayaan dan manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan berbagai ZISWAF pada BSI *Mobile*. Secara simultan, kemudahan, kepercayaan, dan manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan berbagai ZISWAF pada BSI *mobile*.

**Kata Kunci:** *Kemudahan, Kepercayaan, manfaat, ZISWAF, BSI Mobile*

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI....</b>	<b>iv</b>
<b>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI...</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>13</b>
2.1 Perbankan Syariah .....	13
2.1.1 Pengertian Perbankan Syariah.....	13
2.1.2 Tujuan Perbankan Syariah .....	14
2.1.3 Fungsi Perbankan Syariah.....	14
2.2 Aplikasi <i>Mobile Banking</i> .....	20
2.2.1 Pengertian <i>Mobile Banking</i> .....	20
2.2.2 Kelebihan dan Kelemahan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> .....	22
2.2.3 Macam Isi Aplikasi <i>Mobile Banking</i> .....	23
2.3 Penggunaan Fitur Berbagai ZISWAF.....	24
2.3.1 Pengertian Fitur Berbagai ZISWAF .....	24
2.3.2 Tujuan Penggunaan Fitur Berbagai ZISWAF.....	28
2.3.3 Indikator Penggunaan Berbagai ZISWAF .....	29
2.4 Manfaat .....	31
2.4.1 Pengertian Manfaat .....	31
2.4.2 Tingkatan Manfaat .....	32

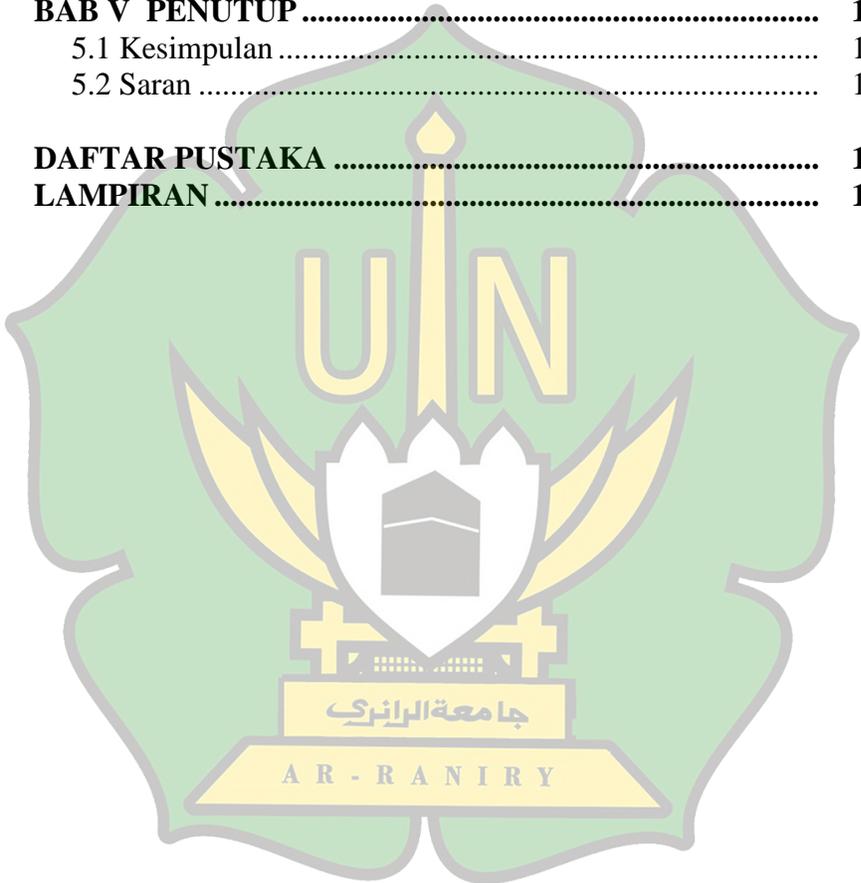
2.4.3	Macam Manfaat Penggunaan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> .....	34
2.4.4	Indikator Manfaat .....	36
2.5	Kemudahan .....	38
2.5.1	Pengertian Kemudahan .....	38
2.5.2	Aspek-aspek Kemudahan .....	39
2.5.4	Indikator Kemudahan .....	41
2.6	Kepercayaan .....	42
2.6.1	Pengertian Kepercayaan .....	42
2.6.2	Faktor- faktor Timbulnya Kepercayaan dalam Bertransaksi .....	43
2.6.3	Tingkatan Kepercayaan dalam Bertransaksi .....	45
2.6.4	Indikator Kepercayaan .....	47
2.7	Penelitian Terdahulu .....	48
2.8	Kerangka Berpikir .....	55
2.9	Hipotesis .....	56
2.9.1	Variabel Kemudahan .....	56
2.9.2	Variabel Kepercayaan .....	57
2.9.3	Variabel Manfaat .....	57
2.9.4	Variabel Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan .....	58
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>59</b>
3.1	Desain Penelitian .....	59
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	59
3.2.1	Populasi .....	59
3.2.2	Sampel .....	60
3.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	61
3.4	Data dan Sumber Data .....	62
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	63
3.6	Variabel Penelitian .....	63
3.6.1	Variabel Independen (Variabel Bebas) .....	63
3.6.2	Variabel Dependen (Variabel Terikat) .....	63
3.6.3	Definisi Operasional Variabel .....	64
3.7	Teknik Analisis Data .....	65
3.7.1	Uji Validitas .....	66
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	66
3.7.3	Uji Asumsi Klasik .....	67
3.8	Uji Hipotesis .....	68

3.8.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	68
3.8.2 Uji F .....	69
3.8.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	69
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda .....	70

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	71
4.1.1 Sejarah Umum Bank Syariah Indonesia KCP Simpang Surabaya .....	71
4.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia.....	73
4.2 Karakteristik Responden.....	74
4.3 Tanggapan Responden Penelitian .....	76
4.3.1 Tanggapan Jawaban Responden Variabel Kemudahan .....	77
4.3.2 Tanggapan Jawaban Responden Variabel Kepercayaan .....	78
4.3.3 Tanggapan Jawaban Responden Variabel manfaat	78
4.3.4 Tanggapan Jawaban Responden Variabel Penggunaan Berbagi ZISWAF .....	79
4.4 Deskripsi Data Variabel.....	80
4.3 Uji Validitas.....	81
4.5 Uji Reliabilitas .....	84
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	85
4.6.1 Uji Normalitas .....	85
4.6.2 Uji Multikolinieritas .....	86
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas .....	87
4.7 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	88
4.8 Uji Hipotesis .....	90
4.8.1 Uji Parsial (Uji t) .....	90
4.8.2 Uji Simultan (Uji f).....	91
4.8.3 Uji Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ) .....	92
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian .....	93
4.9.3 Pengaruh Kemudahan Terhadap Penggunaan Berbagi ZISWAF Pada BSI <i>Mobile</i> .....	93
4.9.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Penggunaan Berbagi ZISWAF Pada BSI <i>Mobile</i> .....	95

4.9.5 Pengaruh Manfaat Terhadap Penggunaan Berbagi ZISWAF Pada BSI <i>Mobile</i> .....	97
4.9.6 Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Manfaat Terhadap Penggunaan Berbagi ZISWAF Pada BSI <i>Mobile</i> .....	98
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>101</b>
5.1 Kesimpulan .....	101
5.2 Saran .....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>116</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Populasi Nasabah Yang Menggunakan BSI Mobile di BSI KCP Simpang Surabaya Tahun 2021-2024..	4
Tabel 2.1 Penelitian Terkait.....	53
Tabel 3.1 Populasi Nasabah Yang Menggunakan BSI Mobile di BSI KCP Simpang Surabaya Tahun 2021-2024..	60
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	64
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Nasabah BSI KCP Simpang Surabaya di Kota Banda Aceh .....	74
Tabel 4.2 Tanggapan Variabel Kemudahan .....	77
Tabel 4.3 Tanggapan Variabel Kepercayaan.....	78
Tabel 4.4 Tanggapan Variabel Manfaat .....	79
Tabel 4.5 Tanggapan Variabel Penggunaan Berbagi ZISWAF	80
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel .....	81
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kemudahan (X1) .....	82
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X2).....	82
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Manfaat (X3) .....	83
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Penggunaan Berbagi ZISWAF (Y) .....	83
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	84
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	85
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	86
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	88
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	90
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	91
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R2).....	92

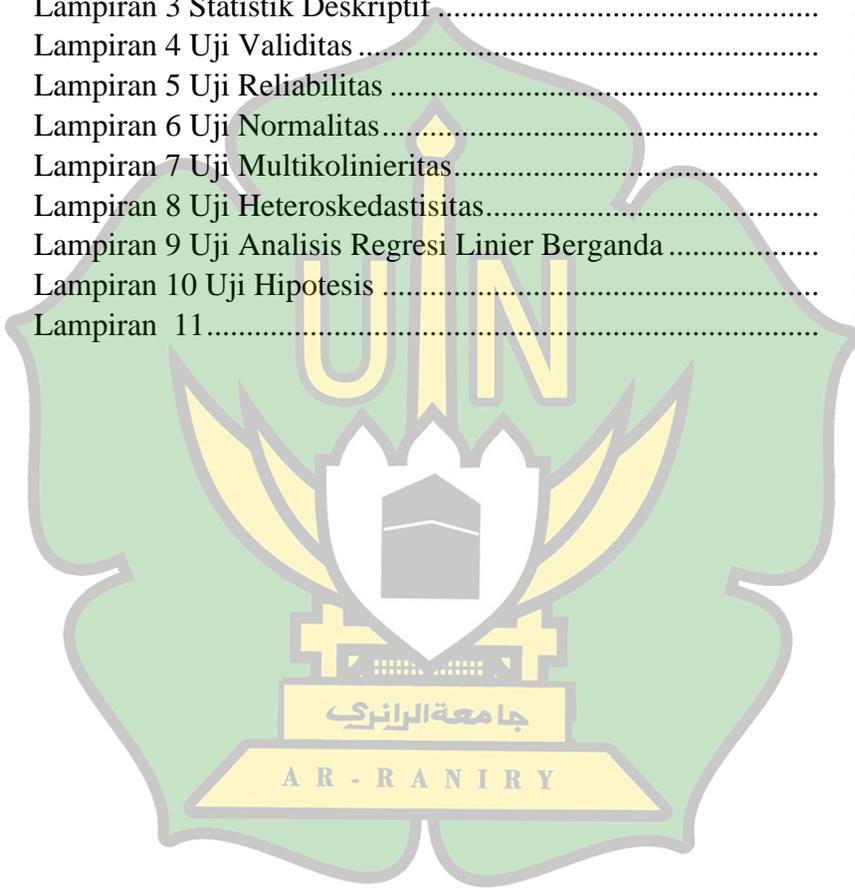
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	56
Gambar 4.1 Hasil Uji Scatterplot .....	87



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket/Kuesioner Penelitian .....	116
Lampiran 2 Tabulasi Data Hasil Pengisian Angket 125 Responden .....	121
Lampiran 3 Statistik Deskriptif .....	134
Lampiran 4 Uji Validitas .....	135
Lampiran 5 Uji Reliabilitas .....	138
Lampiran 6 Uji Normalitas .....	139
Lampiran 7 Uji Multikolinieritas .....	139
Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas .....	140
Lampiran 9 Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	140
Lampiran 10 Uji Hipotesis .....	141
Lampiran 11 .....	142



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Salah satu prinsip ekonomi Islam adalah agar kegiatan ekonomi dapat berkembang dan memperoleh kekuatan, maka harus dilakukan secara kolaboratif demi kemaslahatan semua orang, dan tidak didominasi oleh segelintir orang. Selain itu, terbatasnya akses keuangan terhadap berbagai industri biasanya menjadi penyebab utama ketidakberdayaan masyarakat. Guna mempengaruhi kesejahteraan dan pemberdayaan seluruh masyarakat, khususnya umat Islam. Maka, Islam mengamanatkan dan menganjurkan pembayaran Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF). Karena zakat adalah landasan keyakinan Islam dan dipublikasikan secara luas bahkan sebelum Islam didirikan, umat Islam yang menolak membayar zakat menghadapi perlawanan sampai pembayaran mereka dilakukan. Hal ini menunjukkan pentingnya zakat dalam kehidupan umat Islam baik dari sudut pandang sosial dan spiritual (Syafiq, 2018).

Dalam ekonomi Islam, Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF) merupakan beberapa cara untuk memberikan kesejahteraan kepada seluruh umat manusia. Komponen yang paling krusial dalam pengelolaan ZISWAF adalah masyarakat. Sebab penyelenggaraan ziswaf memberikan manfaat bagi masyarakat sebesar-besarnya. Komunitas Muslim adalah pemberi Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf. Meskipun masyarakat sangat luas yang terdiri

dari Muslim, non-Muslim juga dapat mengambil manfaat dari praktik-praktik ini (Syafiq, 2018).

Zakat dipandang dari perspektif ekonomi syariah sebagai sarana untuk mengurangi kemiskinan dan kesenjangan kekayaan (Aningsih, 2019). Secara umum, Pengaruh distribusi zakat terhadap pertumbuhan ekonomi sudah banyak diimplementasikan dan dilakukan diberbagai negara. Penelitian di Malaysia (Mohamad et al., 2020), menunjukkan bahwa Zakat berkorelasi dengan pertumbuhan ekonomi untuk beberapa Negara dan distribusi zakat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi.

Sejalan dengan penelitian di Indonesia (Suprayitno, 2020), menunjukan bahwa Zakat memiliki hubungan yang signifikan dan positif dengan pertumbuhan ekonomi. Secara bahasa dikatakan bahwa istilah infaq berasal dari kata anfaqa yang berarti melimpahkan, membelanjakan, atau membelanjakan kekayaan. Menurut definisi fiqh, hendaknya sebagian harta seseorang diberikan kepada orang-orang yang diamanatkan oleh agama, seperti fakir miskin, anak yatim, sanak saudara, dan lain-lain.

Al-Qur'an menggunakan terminologi berikut untuk menyebut infaq: zakat, sadaqah, hadyu, jizyah, hibah, dan wakaf. Oleh karena itu, segala jenis sumbangan atau pembelanjaan uang untuk barang-barang yang diwajibkan oleh hukum agama dapat dianggap infaq (Ubabuddin & Nasikhah, 2021).

Cara pengolahan infaq yang kini dilakukan di Indonesia sudah transparan dan berkualitas, baik dari segi pendistribusiannya

maupun pengolahannya. Misalnya memberikan infaq kepada pengemis. Mereka memanfaatkannya untuk pemeliharaan sehari-hari. Selain itu, juga dapat memasukkan uang tunai ke kotak amal masjid untuk mendukung pemeliharaan dan pembangunan masjid (Juliyanti et al., 2023).

Menurut Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008, Pasal 2 tentang perbankan syariah menjelaskan bahwa setiap kegiatan komersial yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, yaitu kegiatan yang tidak mengandung unsur riba, *maisir*, *gharar*, atau zalim maka diizinkan. Tujuan transformasi digital di industri perbankan lebih dari sekadar menyederhanakan pengelolaan keuangan.

Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai salah satu Lembaga Keuangan Syariah memiliki fungsi sebagai penghimpun dan penyalur dana sosial, salah satu fitur yang ditawarkan adalah berbagi ZISWAF pada aplikasi mobil banking, namun sebagian besar nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) belum sepenuhnya memahami konsep ZISWAF dan manfaat dari berbagi ZISWAF melalui aplikasi BSI *Mobile* bagi masyarakat. Studi menunjukkan bahwa tingkat pemahaman ini dapat mempengaruhi kemampuan nasabah untuk menggunakan fitur berbagi ZISWAF pada aplikasi BSI *Mobile*.

Jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pada bulan agustus 2021 mencapai 15 juta nasabah (Kontan.co.id, 2021), pengguna BSI *Mobile* hanya 2.700.000 user yang berarti jika

dibandingkan dengan 99.000 donatur penghimpunan ZISWAF melalui BSI *Mobile*, pengumpulan ziswaf melalui BSI *Mobile* baru dipublikasikan oleh 3,67% user (Sidik, 2021). Sedangkan pengguna BSI *Mobile* di BSI KCP Simpang Surabaya Banda Aceh hanya berjumlah 3.640 nasabah seperti yang dijelaskan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1.1**  
**Populasi Nasabah Yang Menggunakan BSI Mobile di BSI KCP Simpang Surabaya Tahun 2021-2024**

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2021	315
2	2022	659
3	2023	1.136
4	2024	3.640

Sumber: BSI KCP Simpang Surabaya (2024)

Berdasarkan data pada tabel yang ditampilkan dapat dilihat bahwa hadirnya layanan *mobile banking* ditengah-tengah nasabah pada BSI KCP Simpang Surabaya nampaknya sampai saat ini belum sepenuhnya diterima dengan berbagai alasan. Diantaranya kurangnya literasi masyarakat terhadap kemudahan, kepercayaan, dan manfaat Fitur ZISWAF, padahal di Indonesia diperkirakan lebih dari Rp 300 triliun potensi dana ZISWAF, menurut Hery Gunardi, Direktur Utama BSI. Jika dimobilisasi secara efektif, maka dapat menjadi sumber dana untuk membiayai pengembangan masyarakat dan pendidikan, termasuk melalui penyaluran beasiswa pendidikan, pembangunan pengembangan masyarakat, dana CSR, dan inisiatif lainnya. Melalui aplikasi BSI *Mobile*, terkumpul uang ziswaf sekitar Rp 3,26 miliar pada Maret 2021. Seluruh donasi terdiri dari 99 ribu

kontributor, dengan 303 ribu transaksi yang dilakukan sepanjang waktu tersebut (BSI, 2021).

Adanya fitur berbagi ZISWAF ini dapat memudahkan nasabah untuk melakukan kegiatan sosial dan kegiatan ibadah melalui aplikasi BSI *mobile* secara online, karena dengan adanya aplikasi BSI *mobile* memberikan kemudahan, kepercayaan dan manfaat kepada nasabah dalam bertransaksi kapan pun dan dimana pun.

Damayanti (2019) mengartikan kemudahan penggunaan sebagai kemudahan yang dirasakan konsumen atas kemudahan penggunaan dan pengoperasian sistem aplikasi yang dirancang agar konsumen tidak mengalami kesulitan dalam berbelanja. Ketika seseorang percaya bahwa teknologi dapat digunakan tanpa banyak usaha, maka minat masyarakat untuk menggunakannya semakin meningkat. Selain itu, kegunaan teknologi juga semakin meningkat. Fadilla (2022) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan mempengaruhi penggunaan. Penelitian yang dilakukan (Yetti, 2022) menunjukkan hasil sebaliknya. Karena menggunakan suatu sistem tidaklah mudah, maka diperlukan inovasi-inovasi baru untuk kemudahan penggunaan. Jika mudah digunakan, orang akan terus menggunakan sistem tersebut.

Menurut Jogiyanto (2007) kepercayaan adalah penilaian seseorang setelah mengumpulkan, mengolah dan mentransmisikan informasi serta membuat penilaian dan asumsi tertentu. Penelitian Fernando et al., (2019) Joni et al., (2022) Febiana et al., (2022)

menunjukkan kepercayaan mempengaruhi penggunaan, namun penelitian (Agustina et al., 2018) mengarah pada keyakinan yang mempengaruhi penggunaan. Tidak bekerja. Karena kekhawatiran terhadap sistem keamanan dan apakah data pelanggan digunakan dengan baik oleh pihak ketiga.

Putra & Husna (2019) menyatakan bahwa *perceived usefulness* adalah manfaat sistem membentuk suatu kepercayaan untuk pengambilan keputusan apakah pengguna jadi menggunakan sistem atau tidak. Persepsi kebermanfaatan dapat menjelaskan bahwa pengguna yang mempercayai kalau sistem informasi tersebut berguna maka akan menggunakan, tetapi sebaliknya jika tidak percaya kalau sistem informasi berguna maka pengguna pasti tidak akan menggunakannya.

Manfaat penggunaan teknologi dicapai melalui kepercayaan pengguna dalam menentukan tingkat penerimaan teknologi melalui keyakinan bahwa penggunaan teknologi akan memberikan manfaat atau dampak positif terhadap pekerjaan mereka (Yogananda & Dirgantara, 2017). Penelitian Fadlan (2018), Lestari & Rachmat (2018), Azizah et al., (2020) menunjukkan manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Namun penelitian yang dilakukan (Widanengsih, 2021) menunjukkan hasil sebaliknya. Karena tidak ada manfaat atau manfaat yang dirasakan dalam menggunakan sistem tersebut.

Sedangkan perilaku penggunaan suatu sistem teknologi dipengaruhi oleh intensi dan *facilitating conditions* (kondisi yang

memfasilitasi). Jika suatu sistem teknologi meningkatkan kinerja seseorang dan membuat pekerjaannya lebih sederhana, dia akan sering memanfaatkannya. Selain itu, seseorang akan mengamati nilai-nilai yang dianut orang lain, yang akan membujuk mereka untuk memanfaatkan sistem yang baru. (Venkatesh et al., 2003).

Perkembangan teknologi informasi tampaknya mempengaruhi kehidupan disemua sektor, tidak terkecuali dalam sektor perbankan. Perbankan berusaha memberikan kemudahan pelayanan dengan memanfaatkan teknologi informasi modern secara aman, nyaman dan efektif melalui perbankan elektronik. Dengan populernya teknologi *gadget* atau *smartphone* dengan beragam aplikasi dan berbagai fitur yang bisa didapat didalamnya, juga adanya peningkatan kualitas jaringan internet 4G menciptakan peluang bagi salah satu produk turunan *e-banking* yang dikenal dengan nama *mobile banking* atau *M-banking*.

*Mobile banking* adalah saluran yang memungkinkan pengguna berkomunikasi dengan bank kapan saja dan dari lokasi mana saja, termasuk saat bepergian. Ia juga dapat menawarkan layanan cepat (Mostafa, 2020). Sehingga diharapkan *mobile banking* dapat memberikan layanan perbankan yang memberikan kemudahan dan keamanan bagi nasabah. Penggunaan produk dan layanan digital pelayanan dan operasional perbankan syariah memberikan nilai tambah ketika berhadapan dengan perbankan syariah (Syariah, 2020).

Berkat tersedianya kotak amal digital di *BSI Mobile*, kini kita dapat menyumbangkan zakat, infak, sedekah, dan wakaf hanya dengan sekali klik. BSI memanfaatkan kemampuan berbagi ziswaf pada *platform BSI Mobile*. Para donatur BSI dapat dengan mudah berzakat, infaq, sedekah, dan wakaf secara *mobile* menggunakan menu berbagi ziswaf, sehingga menghilangkan kendala waktu dan tempat. Mayoritas aplikasi *mobile banking* dan situs distribusi ziswaf tidak menawarkan manfaat layanan ini. Penyelenggaraan zakat, wakaf, infaq, dan sedekah yang efektif berpotensi menghasilkan uang tunai dari pengelolaan ziswaf negara, yang kemudian dapat digunakan untuk mendukung kebutuhan negara dalam membantu mereka yang membutuhkan (Habibah, 2021). Bank syariah di Indonesia (BSI) berperan penting dalam penghimpunan ziswaf di Tanah Air.

Pada 2022, *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang meliputi Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF) sebesar Rp187,5 miliar telah disalurkan oleh BSI Maslahat pada tahun 2022. Dana tersebut disalurkan oleh para karyawan BSI, Nasabah BSI juga masyarakat umum dan hasil aliansi strategis dengan UPZ BSI. Proyek pemberdayaan dan amal program BSI Maslahat termasuk di antara banyak bidang yang mendapatkan pendanaan dari kontribusi ziswaf dan CSR tersebut. Di antaranya masjid, pendidikan, dakwah dan advokasi, sosial kemanusiaan dan kesehatan, serta proyek pengembangan ekonomi desa dan UMKM (Isma, 2023).

Penelitian tentang determinan bertransaksi di Bank Syariah telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya misalnya Astuti dan Prijanto (2021), Dimana dalam penelitiannya menyatakana bahwa Persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, kontrol prilaku, dan sikap berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat, namun kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat. Hal ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Rostiana (2021) diaman dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tingkat pendapatan, kepercayaan, transparansi, dan akuntabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berzakat secara online melalui *platform fintech*, sedangkan religiusitas dan *brand awareness* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berzakat secara online melalui *platform fintech*.

Berbeda dengan penelitian Febiana, et al., (2021), yang menunjukkan bahwa variabel literasi ZIS berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi melalui tokopedia. Namun Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi melalui Tokopedia. Sejalan dengan penelitian tersebut, pada penelitian Isnaini, et al., (2020), juga menunjukkan bahwa Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan membayar ZIS, sementara Efektifitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan membayar ZIS.

Adapun dari latar belakang yang dipaparkan di atas dan adanya penelitian yang menerangkan hasil yang berbeda,

mendorong peneliti untuk meninjau lebih dalam lagi terkait pengaruh kemudahan, manfaat dan kegunaan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI *mobile*. Dari pembahasan di atas peneliti melakukan penelitian dengan judul “**Determinan Penggunaan Berbagi ZISWAF Pada BSI Mobile**”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI *mobile*?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI *mobile*?
3. Apakah manfaat berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI *mobile*?
4. Apakah kemudahan, kepercayaan dan manfaat berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI *mobile*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan secara parsial terhadap penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI *mobile*
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI *mobile*

3. Untuk mengetahui pengaruh manfaat secara parsial terhadap penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI *mobile*
4. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan, kepercayaan dan manfaat secara parsial terhadap penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI *mobile*.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia cabang, penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dalam meningkatkan penyediaan kualitas layanan dan ketersediaan fungsi *mobile banking*.
2. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan akan menambah kajian ilmu pengetahuan untuk menambah wawasan dan pengalaman dan bisa menjadi bekal dalam menghadapi dunia kerja.
3. Bagi akademisi, penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan sebagai acuan penelitian-penelitian selanjutnya.

#### **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Menjelaskan latar belakang terkait permasalahan, batasan permasalahan, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, gap dan kebaruan dalam penelitian, manfaat penelitian dan sistematika dalam penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Menjelaskan teori legitimasi, kerangka konseptual kualitas pelayanan, teori kepuasan nasabah yang berhubungan dengan loyalitas nasabah menggunakan BSI *mobile banking*. Selanjutnya dengan uraian penelitian terdahulu yang relevan dan kerangka berpikir serta hipotesis penelitian.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Menjelaskan waktu dan wilayah penelitian, jenis dan desain penelitian populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, sumber data, metode pengambilan data dan teknik analisis data yang digunakan.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

menguraikan dan menjelaskan tentang filosofi penelitian, paradigma penelitian, metodologi penelitian, gambaran umum penelitian, deskripsi data penelitian, hasil analisis data, pengujian dalam model penelitian, pengujian model konseptual, pengujian hipotesis dan pembahasan permasalahan dalam penelitian.

## **BAB V PENUTUP**

menguraikan kesimpulan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Perbankan Syariah

##### 2.1.1 Pengertian Perbankan Syariah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan operasional atau usahanya berdasarkan aturan yang ditentukan oleh Islam (Lestari, 2021). Sementara di era modern, penggunaan teknologi semakin berkembang untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam memperoleh layanan atau informasi elektronik. Segalanya tampak menjadi lebih efisien dan efektif dengan penggunaan teknologi. Masyarakat merasa terbantu dengan memanfaatkan teknologi untuk mendapatkan pelayanan. Dimana Sektor keuangan juga berkembang sangat pesat (Miswan, 2019).

Bank menawarkan layanan yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi perbankan melalui *smartphone*, seperti *mobile banking* (Ulya et al., 2022). Sedangkan menurut Siagian dan Tambunan (2022), *mobile banking* adalah layanan perbankan yang disampaikan melalui telepon seluler yang memanfaatkan jaringan informasi yang digunakan nasabah.

Bank BSI merupakan salah satu bank yang menerapkan aplikasi perbankan digital untuk mendukung transaksi nasabah dengan lebih mudah. BSI *Mobile* merupakan aplikasi yang memungkinkan transaksi dan layanan perbankan berbasis syariah dapat digunakan dengan mudah dan cepat melalui *smartphone*,

tanpa memerlukan *online banking*, serta dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja (Lubis, 2021).

### **2.1.2 Tujuan Perbankan Syariah**

Perbankan syariah bertujuan untuk mendukung terselenggaranya pembangunan nasional melalui peningkatan keadilan, persatuan dan pemerataan kesejahteraan masyarakat (OJK, 2017). Sementara bank umum, khususnya bank konvensional, umumnya fokus pada pencapaian keuntungan maksimal (*profit maximization*), sedangkan bank syariah berkomitmen untuk memajukan, memelihara dan mengembangkan layanan dan produk perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam.

Bank syariah juga memiliki tanggung jawab untuk mendukung aktivitas investasi dan bisnis di lembaga keuangan, selama kegiatan tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Selain itu, bank syariah diharapkan lebih memperhatikan kepentingan masyarakat kecil (Sutarno, 2012).

### **2.1.3 Fungsi Perbankan Syariah**

Fungsi bank syariah adalah sebagai perantara keuangan. Bank ini berfungsi sebagai penghubung antara pihak yang mempunyai kelebihan dana (*surplus unit*) dan pihak yang membutuhkan dana (*deficit unit*). Ketika individu atau dunia usaha mempunyai kelebihan dana, maka dana tersebut dihimpun oleh bank syariah dan disalurkan kepada pihak yang membutuhkan. Hal ini

sejalan dengan prinsip syariah yang mengedepankan penggunaan dana yang produktif dan berkeadilan (Sari, 2021).

Secara fungsional, bank syariah mempunyai tiga fungsi utama. yaitu penghimpunan dana masyarakat, penyaluran dana kepada pihak yang membutuhkan, dan pemberian jasa berupa jasa perbankan syariah.

1. Bank syariah menghimpun dana dari masyarakat. Bentuk pembiayaan pada bank syariah ada dua, yaitu bentuk simpanan dengan akad *Al-Wadiah* dan bentuk investasi dengan akad *Al-Mudharabah*. Produk akad yang ditawarkan antara lain Tabungan *Wadia'ah*, Tabungan *Mudharabah*, *Giro Wadiah*, Deposito *Mudharabah* dan jenis investasi lainnya.
2. Bank syariah menyalurkan dana kepada masyarakat. masyarakat bisa memperoleh pinjaman di bank syariah asalkan mematuhi seluruh ketentuan yang berlaku.
3. Bank syariah memberikan pelayanan dalam bentuk perbankan syariah. Hadirnya pelayanan jasa diluar dari menghimpun dan menyalurkan dana bagi perbankan syariah dapat menjadi alternatif pendapatan bank dalam bentuk fee atau keuntungan jasa.

Adapun teori fungsi sosial bank mengacu pada pemahaman tentang peran dan kontribusi bank dalam masyarakat yang lebih luas, bukan hanya dalam konteks kegiatan ekonomi dan keuangan

(Singer, 2018). Beberapa teori utama terkait fungsi sosial bank meliputi:

### 1. Fungsi Ekonomi dan Sosial

Fungsi ekonomi Bank menyediakan layanan keuangan seperti penyimpanan uang, pemberian kredit, dan pengelolaan aset yang mendukung pertumbuhan ekonomi. Ini membantu individu dan bisnis dalam perencanaan keuangan dan investasi, serta memfasilitasi transaksi ekonomi. Fungsi sosial bank memiliki peran sosial yang melibatkan penyediaan layanan yang mendukung kesejahteraan masyarakat. Ini termasuk inklusi keuangan, akses ke kredit untuk usaha kecil, dan dukungan untuk proyek-proyek sosial.

### 2. Teori Peran Sosial Bank

Bank berperan dalam pemberdayaan ekonomi dengan memberikan akses ke sumber daya keuangan yang diperlukan untuk memulai dan mengembangkan bisnis, meningkatkan pendapatan, dan menciptakan lapangan pekerjaan. Melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), bank dapat mendukung inisiatif yang meningkatkan kesejahteraan sosial, seperti pendidikan, kesehatan, dan pengembangan komunitas.

### 3. Teori Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial

Bank dapat berperan dalam mempromosikan keberlanjutan lingkungan dengan mendukung investasi dalam proyek

ramah lingkungan dan mengintegrasikan praktik keberlanjutan dalam operasi mereka. Bank yang bertanggung jawab sosial berkomitmen untuk beroperasi dengan etika, transparansi, dan mempertimbangkan dampak sosial dari keputusan mereka. Ini termasuk perlakuan adil terhadap pelanggan, dukungan terhadap program sosial, dan kontribusi terhadap pengembangan masyarakat.

#### 4. Teori Inklusi Keuangan

Bank memiliki peran penting dalam memastikan inklusi keuangan dengan menyediakan layanan perbankan kepada kelompok masyarakat yang sebelumnya tidak terlayani atau terabaikan, seperti penduduk desa atau individu berpenghasilan rendah. Bank juga dapat terlibat dalam edukasi keuangan untuk membantu masyarakat memahami dan mengelola keuangan mereka dengan lebih baik.

#### 5. Teori Keseimbangan antara Tujuan Profit dan Sosial

Bank sering kali harus menyeimbangkan antara tujuan profitabilitas dan tanggung jawab sosial. Meskipun tujuan utama mereka adalah memperoleh keuntungan, mereka juga diharapkan untuk memberikan manfaat sosial dan beroperasi dengan cara yang mendukung kesejahteraan masyarakat. Secara keseluruhan, teori fungsi sosial bank menggambarkan bagaimana bank tidak hanya berfungsi sebagai lembaga keuangan tetapi juga sebagai aktor penting dalam pembangunan sosial dan ekonomi masyarakat.

Dan Teori kebutuhan spiritual nasabah mengacu pada pemahaman tentang bagaimana kebutuhan spiritual dan nilai-nilai religius mempengaruhi perilaku dan keputusan keuangan individu. Ini penting dalam konteks perbankan, terutama untuk lembaga keuangan yang beroperasi dalam kerangka prinsip-prinsip agama, seperti perbankan Islam (Mokhlis, 2018). Berikut adalah beberapa konsep kunci terkait teori kebutuhan spiritual nasabah:

1. Kebutuhan Spiritual dalam Konteks Perbankan

- a. Kebutuhan untuk Keselarasan dengan Nilai-Nilai Agama

Dalam perbankan Islam, nasabah seringkali mencari produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti larangan riba (bunga), investasi halal, dan zakat. Kebutuhan untuk keselarasan dengan ajaran agama menjadi salah satu faktor penting dalam keputusan perbankan mereka (Mokhlis, 2018).

- b. Etika dan Kepercayaan

Nasabah mungkin memilih bank yang tidak hanya mematuhi regulasi syariah tetapi juga menunjukkan komitmen terhadap etika dan kepercayaan agama. Ini mencakup transparansi, keadilan dalam transaksi, dan tanggung jawab sosial (Hassan & Lewis, 2007).

2. Kebutuhan untuk Kesejahteraan Spiritual

Produk keuangan yang menawarkan peluang untuk berdonasi atau berwakaf dapat memenuhi kebutuhan spiritual nasabah yang ingin berkontribusi pada

kesejahteraan sosial dan mendapatkan pahala (*reward*) spiritual (Khan & Bhatti, 2008). Nasabah mungkin mencari produk atau layanan yang mereka yakini membawa kedamaian dan keberkahan dalam hidup mereka, yang sering kali dikaitkan dengan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip agama (Iqbal & Mirakhor, 2007).

### 3. Model dan Teori terkait Kebutuhan Spiritual

#### a. Teori Kebutuhan Maslow

Abraham Maslow mengemukakan bahwa kebutuhan manusia terstruktur dalam hierarki, mulai dari kebutuhan dasar seperti makanan dan keamanan hingga kebutuhan yang lebih tinggi seperti aktualisasi diri (Maslow, 2019). Dalam konteks perbankan, kebutuhan spiritual sering kali terkait dengan kebutuhan tingkat tinggi seperti aktualisasi diri dan makna hidup.

#### b. Teori Nilai dan Motivasi

Teori ini menjelaskan bahwa keputusan konsumen sering kali dipengaruhi oleh nilai-nilai pribadi dan motivasi. Dalam perbankan, nilai-nilai spiritual atau religius dapat mempengaruhi pilihan nasabah terhadap produk dan layanan (Schwartz, 2018).

#### c. Teori Kepuasan Spiritual

Kepuasan spiritual merujuk pada bagaimana produk dan layanan keuangan memenuhi kebutuhan spiritual nasabah. Ini mencakup aspek seperti apakah produk bank membantu

nasabah merasa lebih terhubung dengan nilai-nilai agama mereka atau memberikan rasa kedamaian dan kepuasan batin (Graham & Phelps, 2009).

## **2.2 Aplikasi *Mobile Banking***

### **2.2.1 Pengertian *Mobile Banking***

*Mobile banking* merupakan aplikasi *mobile commerce* yang berfokus pada urusan perbankan dan keuangan, dimana aktivitas seperti pengoperasian ATM dilakukan dengan menggunakan fungsi *mobile banking* (Tambunan, 2022). *BSI Mobile* adalah layanan *mobile banking* bagi nasabah Bank Syariah Indonesia untuk mengakses rekening tabungannya dan melakukan transaksi online (Febrianti et al., 2021). *BSI Mobile* memiliki berbagai layanan seperti informasi rekening, transfer uang, pembayaran, pembelian, QRIS, E-MAS, tarik tunai, Al Quran, ATM cabang, aktivasi, setting password, ganti PIN, donasi online (*Share-ZISWAF*), dan fungsi lainnya (Suhayati et al., 2022).

Faktor yang mempengaruhi minat pelanggan terhadap *BSI Mobile* adalah selera. Hal ini ditunjukkan dengan menjunjung tinggi prinsip syariah dalam operasional layanannya. Kepuasan pelanggan terhadap *BSI Mobile* ditunjukkan dengan berfungsinya layanan *BSI Mobile* secara penuh. Selain fungsi transaksional juga terdapat fungsi penanganan *ZISWAF*, layanan *juz amma* dan *azan* (Ulya et al., 2022).

*Mobile Banking* merupakan layanan yang disediakan bank untuk membantu nasabah lebih mudah menggunakan atau

melakukan aktivitas perbankan melalui *smartphone* dengan koneksi Internet. Layanan ini tersedia untuk bank konvensional dan syariah. (Batubara, 2021). Bank *Mobile Banking* adalah layanan yang disediakan oleh bank yang memungkinkan Anda melakukan transaksi perbankan dengan mudah menggunakan terminal atau ponsel cerdas Anda. Layanan *mobile banking* tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah bank. *Mobile banking* juga meningkatkan kenyamanan transaksi nasabah dan membantu menjadikan perbankan lebih efisien dan efektif.

Kemudahan penggunaan juga menjadi faktor penting yang harus dipertimbangkan nasabah ketika memilih layanan *mobile banking* (Amanullah, 2014). Penggunaan yang sederhana dan intuitif meningkatkan pengalaman dan kenyamanan pengguna saat melakukan transaksi dan mengakses informasi keuangan melalui aplikasi *mobile banking*.

Oleh karena itu, baik fitur yang tersedia maupun kemudahan penggunaan menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan layanan aplikasi *mobile banking* atau tidak. Fungsionalitas *mobile banking* mencakup semua fitur yang dapat digunakan nasabah melalui aplikasi (Iqbal et al. 2021). Hingga seperempat orang yang menggunakan aplikasi *mobile banking* telah meningkatkan ke fitur baru atau yang diperbarui. Studi menunjukkan bahwa fitur-fitur ini mempengaruhi kepuasan pelanggan, karena fitur-fitur ini, mirip dengan yang ada di *BSI Mobile*, dapat membantu

pelanggan melakukan berbagai transaksi keuangan (Rahmawati et al., 2022).

### **2.2.2 Kelebihan dan Kelemahan Aplikasi *Mobile Banking***

#### a. Kelebihan

1. Dapat diakses walaupun koneksi internet tidak stabil
2. Memiliki jangkauan yang luas
3. Tampilan aplikasi sederhana sehingga mudah dipahami oleh penggunaanya.
4. Menghemat biaya dan aman
5. Bisa diakses oleh nasabah kapanpun dan dimanapun tanpa batasan waktu (24 jam).

#### b. Kelemahan

Selain memiliki dampak positif, *mobile banking* juga memiliki kelemahan berupa:

1. Rawan terjadinya penipuan (*smishing*) karena terdapat kejahatan berupa penyalahgunaan dalam data pribadi seseorang sehingga account keuangan dan bisa menelan uang yang sangat besar yang diakibatkan oleh oknum tertentu. Nasabah pengguna *mobile banking* akan menerima SMS maupun telepon palsu seseorang yang menyamar menjadi pihak lembaga keuangan dan menyalahgunakan informasi mengenai rekening nasabah.
2. aplikasi keamanan melalui koneksi yang terenskripsi bisa di hack saat *gadget* nasabah hilang diambil alih orang lain (Sari, 2021).

### 2.2.3 Macam Isi Aplikasi *Mobile Banking*

*Mobile Banking* memiliki beragam fitur atau layanan perbankan yang bisa dinikmati nasabahnya. Artinya, *mobile banking* benar-benar seperti fasilitas mesin ATM dalam versi yang lebih praktis. Umumnya, terdapat perbedaan dalam aplikasi *mobile banking*, namun secara umum memiliki kesamaan, sama-sama ada fitur transaksi transfer uang (Habibah, 2021).

Berikut ini adalah beberapa fitur yang bisa dinikmati di sebagian besar aplikasi *mobile banking*.

1. Layanan Transfer Antar Bank

*Mobile banking* menyediakan fasilitas untuk mentransfer uang antarbank dengan mudah dan cepat.

2. Layanan Pembayaran Tagihan Kartu Kredit

Kita dapat melakukan pembayaran tagihan kartu kredit langsung melalui aplikasi *mobile banking*.

3. Layanan Pembayaran Kebutuhan Rumah Tangga

*Mobile banking* terdapat fitur untuk membayar kebutuhan rumah tangga, misalnya tagihan listrik, PDAM, dan internet sehingga memudahkanmu mengelola tagihan kebutuhan rumah, ya.

4. Layanan Pembayaran Premi Asuransi Swasta dan BPJS Kesehatan

*Mobile banking* juga memungkinkan pembayaran premi BPJS Kesehatan dan berbagai asuransi swasta secara praktis dan efisien.

5. Layanan Pembelian dan Top Up e-Wallet

Melalui *mobile banking*, kamu dapat melakukan pembelian dan top up saldo dompet digital seperti OVO, Gopay, LinkAja, atau dompet digital lainnya.

6. Layanan Pembayaran Pajak

Fasilitas pembayaran pajak secara online juga tersedia di layanan *mobile banking*. Jadi, kamu tak perlu membayar pajak ke kantor pajak, ya.

7. Layanan Investasi seperti Deposito

Beberapa *mobile banking* menyediakan layanan investasi seperti pembukaan deposito secara online.

## **2.3 Penggunaan Fitur Berbagi ZISWAF**

### **2.3.1 Pengertian Fitur Berbagi ZISWAF**

Sebagai bank Syariah terbesar di Indonesia, Bank Syariah Indonesia membantu mengefektifkan pengelolaan Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf dengan menawarkan aplikasi di *Mobile banking*. ZISWAF *Share* menu memungkinkan nasabah BSI dengan cepat dan mudah menyalurkan Zakat, Infaq, sedekah, dan Wakaf kepada pihak yang membutuhkan. BSI telah menjalin kerja sama dengan beberapa regulator antara lain BAZNAS, Dompet Dhuafa, Laznas BSM Umat, Rumah Zakat (Srikhandi, 2022).

Berikut adalah ayat Al-Qur'an yang berhubungan dengan fitur berbagi ZISWAF terdapat pada Q.S Al-Baqarah ayat 177:

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ  
 وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَىٰ ۖ كِتَابِ وَالنَّبِيِّ ۖ نَ وَأَتَى الْمَالَ عَلَىٰ حُبِّهِ ۖ ذَوِي  
 الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ ۖ وَالسَّائِلِينَ ۖ وَفِي الرِّقَابِ ۖ  
 ۖ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ ۖ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا ۖ  
 وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ ۗ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا  
 وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ ۖ

Artinya: “Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur atau barat itu adalah kebajikan, tetapi kebajikan adalah beriman kepada Allah, hari akhir, malaikat, kitab-kitab, dan nabi-nabi, serta memberi harta yang dicintai kepada kerabat, anak yatim, orang miskin, musafir, pengemis, dan (memerdekakan) budak. Dan mendirikan salat, menunaikan zakat, dan (menyebutkan) segala sesuatu yang baik dan menahan diri dari perbuatan keji, dan berusaha menahan amarah, memberi maaf kepada orang-orang yang bersalah, dan orang-orang yang menepati janji apabila mereka berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan, dan pada waktu peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar, dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa”. (Q.S Al-Baqarah ayat 177).

Dan juga ayat Al-Qur'an yang mencakup aspek-aspek ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf) adalah Q.S Al-Baqarah ayat 261:

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْ بَتَّتْ سَبْعَ سَنَابِلَ  
 فِي كُلِّ سَنَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٍ ۗ وَاللَّهُ يُضَعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ  
 وَاللَّهُ وَسِعَ عَلِيمٌ ۖ ٢٦١

Yang artinya: “Perumpamaan (infak) orang-orang yang membelanjakan hartanya di jalan Allah adalah seperti sebutir biji yang menumbuhkan tujuh tangkai; pada tiap-tiap tangkai terdapat seratus butir. Dan Allah melipatgandakan (pahala) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (pemberian-Nya) lagi Maha Mengetahui”. (Q.S Al-Baqarah ayat 261)

Fitur berbagi ZISWAF merupakan elemen krusial dalam sistem manajemen zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF) yang bertujuan memudahkan proses distribusi dana dan sumbangan kepada pihak-pihak yang membutuhkan (Muhammad, 2022). Zakat sebagai kewajiban finansial dalam agama Islam, harus dibagikan kepada kelompok-kelompok tertentu seperti fakir miskin dan anak yatim. Infak dan sedekah, yang merupakan sumbangan sukarela, digunakan untuk mendukung berbagai kegiatan sosial dan keagamaan. Sementara itu, wakaf melibatkan penyerahan harta untuk kepentingan umum atau keagamaan, yang dikelola sesuai dengan niat pemberi (Muhammad, 2022).

Fitur berbagi ZISWAF sering diintegrasikan dalam *platform* digital seperti aplikasi *mobile* dan situs web, untuk meningkatkan transparansi, mempermudah akses bagi donatur, serta memastikan bahwa dana dan sumbangan disalurkan dengan tepat kepada

penerima yang berhak. Melalui fitur ini, diharapkan proses distribusi ZISWAF menjadi lebih efisien dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Rahman, 2022).

Proses penerimaan dana ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah dan Wakaf) di aplikasi *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia dapat diakses melalui fitur Berbagi ZISWAF. Fitur ini memungkinkan nasabah untuk berkontribusi dan mendonasikan dana dengan mudah melalui platform perbankan digital. Nasabah BSI dapat dengan mudah membagikan Zakat, Infaq, Wakaf, Sedekah dan Fidyah melalui ponselnya tanpa mengenal waktu dan lokasi. Keunggulan layanan ini tidak ditemukan disebagian besar aplikasi *mobile banking* atau situs distribusi ZISWAF (Hakim & Rahmanungsih, 2022).

Nasabah dapat menggunakan fitur layanan ZISWAF yang ada dalam aplikasi *mobile banking* dengan memilih menu didalam aplikasi. Salah satu keunggulan *mobile banking* adalah memungkinkan penggunaanya melakukan perjalanan (*mobile*) tanpa batasan waktu dan wilayah, serta tetap dapat menjalankan tugas yang sedang berjalan. Nasabah dapat mengaksesnya lebih mudah, nyaman, dan aman (Hakim & Rahmanungsih, 2022).

Selain memberikan kemudahan bertransaksi, *mobile banking* juga menciptakan layanan pelengkap yaitu sarana berbagi seperti Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF) yang dapat dibagikan kepada sesama, pada aplikasi *mobile banking*, fasilitas dikembangkan secara lebih lengkap dan kekinian. Donatur akan

merasa bahwa penggunaan aplikasi *mobile banking* menjadi lebih menarik dengan hadirnya kemampuan kemampuan terbaru ini (Hakim dan Rahmanungsi, 2022).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Apsari, 2022) terdapat langkah-langkah dalam membayar ZISWAF melalui fitur berbagi ZISWAF pada aplikasi BSI *Mobile banking*:

1. Buka aplikasi BSI *Mobile banking* terlebih dahulu
2. Pilih menu Berbagi-ZISWAF
3. Pilih fitur sesuai yang diinginkan (Zakat/Infaq)
4. Pilih amil yang diinginkan
5. Masukkan besaran nominal
6. Masukkan PIN

### **2.3.2 Tujuan Penggunaan Fitur Berbagi ZISWAF**

Tujuan penggunaan fitur berbagi ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf) mencakup sejumlah aspek penting dalam pengelolaan dan penyaluran dana keagamaan (Rahman, 2022).

1. Fitur ini dirancang untuk mempermudah akses donatur dalam melakukan sumbangan, memungkinkan mereka melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja melalui *platform* digital.
2. Fitur ini meningkatkan transparansi dengan menyediakan mekanisme pelaporan yang memungkinkan donatur melihat bagaimana dana mereka digunakan, sehingga membangun kepercayaan antara donatur dan lembaga pengelola.

3. Fitur ini memfasilitasi distribusi dana kepada mustahik secara tepat dan cepat, serta meminimalkan potensi kesalahan. Peningkatan akuntabilitas tercapai melalui pelacakan dan pertanggungjawaban setiap transaksi yang dilakukan, yang penting untuk keperluan audit dan pelaporan.
4. Fitur berbagi ZISWAF juga membantu dalam optimalisasi pengelolaan dana, memastikan bahwa semua sumbangan digunakan sesuai dengan tujuan dan program yang telah ditetapkan.

Dengan demikian, fitur berbagi ZISWAF tidak hanya mempermudah proses donasi tetapi juga meningkatkan dampak sosial dari sumbangan, sejalan dengan prinsip-prinsip syariat Islam.

### **2.3.3 Indikator Penggunaan Berbagi ZISWAF**

Indikator penggunaan ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah dan Wakaf) sering digunakan untuk mengevaluasi efektivitas pengelolaan dana keagamaan dan kemanusiaan. Berikut adalah beberapa indikator yang umumnya dipertimbangkan:

1. Jumlah Dana Terkumpul

Indikator ini mencerminkan seberapa banyak dana yang berhasil dikumpulkan dari ZISWAF dalam periode tertentu. Ini adalah ukuran dasar untuk mengevaluasi ketersediaan sumber daya.

2. Komposisi Penggunaan Dana

Indikator ini melacak bagaimana dana ZISWAF diprioritaskan dan dialokasikan untuk berbagai tujuan, seperti bantuan kepada fakir miskin, pembangunan infrastruktur sosial, pendidikan, kesehatan, dan kegiatan dakwah.

3. Jumlah Penerima Manfaat

Menunjukkan jumlah individu atau kelompok yang menerima manfaat langsung dari dana ZISWAF. Hal ini bisa mencakup bantuan langsung kepada fakir miskin, program pendidikan yang didanai, layanan kesehatan yang disediakan, dan proyek wakaf yang bermanfaat bagi masyarakat.

4. Tingkat Kepatuhan

Indikator ini mengukur tingkat kepatuhan umat Islam dalam membayar ZISWAF. Ini bisa dievaluasi dengan membandingkan jumlah dana yang terkumpul dengan potensi dana yang seharusnya terkumpul berdasarkan kewajiban agama.

5. Dampak Sosial dan Ekonomi

Mengukur dampak positif dari penggunaan dana ZISWAF terhadap masyarakat dan ekonomi. Ini mencakup peningkatan kesejahteraan sosial, peningkatan akses terhadap pendidikan dan perawatan kesehatan, serta kontribusi terhadap pengentasan kemiskinan dan pengembangan ekonomi lokal.

## 6. Transparansi dan Akuntabilitas

Menilai tingkat transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana ZISWAF. Ini termasuk publikasi laporan keuangan yang jelas, audit independen, dan keterlibatan masyarakat dalam pengawasan penggunaan dana.

### 2.4 Manfaat

#### 2.4.1 Pengertian Manfaat

Putra & Husna (2019) menyatakan bahwa *perceived usefulness* adalah manfaat sistem membentuk suatu kepercayaan untuk pengambilan keputusan apakah pengguna jadi menggunakan sistem atau tidak. Persepsi kebermanfaatannya dapat menjelaskan bahwa pengguna yang mempercayai kalau sistem informasi tersebut berguna maka akan menggunakan, tetapi sebaliknya jika tidak percaya kalau sistem informasi berguna maka pengguna pasti tidak akan menggunakannya.

Arta & Azizah (2020) menyatakan bahwa *perceived usefulness* adalah suatu sistem yang bermanfaat dalam penggunaannya, maka akan banyak konsumen yang semakin minat dan memutuskan menggunakan layanan tersebut. Konsumen yang memiliki persepsi manfaat yang tinggi, maka dia akan termotivasi untuk menggunakan sistem tersebut. Widiyanti (2020) menyatakan bahwa *perceived usefulness* merupakan persepsi konsumen pada suatu sistem dapat mempercepat proses, meningkatkan efektifitas dan produktifitas dan bermanfaat bagi individu.

Fahmy (2020) menyatakan bahwa *perceived usefulness* merupakan probabilitas subjektifitas individu bahwa pemakaian sistem aplikasi tertentu akan dapat meningkatkan kinerja individu dalam organisasi. Fatuh (2017) menyatakan bahwa *perceived usefulness* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan pekerjaannya.

Manfaat adalah dalam kegunaan suatu sistem berkaitan dengan produktivitas dan efektivitas untuk meningkatkan kinerja bagi penggunanya (Yetti, 2022). Manfaat teknologi akan terbatas apabila kemampuan dalam mengoperasikan teknologi terbatas maka manfaat yang didapat seseorang berbeda tergantung seberapa besar seseorang dapat menggunakan dan memanfaatkan teknologi tersebut (Soemarso, 2018).

Kebermanfaatan ialah keyakinan terkait sebuah sistem mampu memberikan manfaat untuk penggunanya guna meningkatkan kinerja, produktivitas dan efektivitas (Marlizar, 2020). Manfaat menurut Cahyo (2014) adalah tingkatan seseorang atau pengguna mempercayai ketika menggunakan sistem dapat meningkatkan efektivitas, produktivitas dan kinerja (Agustina, 2018).

#### **2.4.2 Tingkatan Manfaat**

Menurut Triningsih (2018) mendefinisikan kemanfaatan (*usefulness*) sebagai tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi

orang tersebut. Menurut Triningsih (2018) Tingkatan pemanfaatan dapat dibagi ke dalam dua kategori, yaitu pemanfaatan dengan estimasi satu faktor dan pemanfaatan dengan estimasi dua faktor (kemanfaatan dan efektifitas). Pemanfaatan dengan estimasi dua faktor oleh Triningsih (2018) dibagi menjadi dua kategori lagi yaitu kemanfaatan dan efektifitas dengan dimensi-dimensi masing-masing yang dikelompokkan sebagai berikut:

1. Kemanfaatan meliputi dimensi:
  - a. Menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*), mudah mempelajari dan mengoperasikan suatu teknologi dalam mengerjakan pekerjaan yang diinginkan oleh seseorang dan dapat memberikan keterampilan agar pekerjaannya lebih mudah.
  - b. Bermanfaat (*usefull*), suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu terdapat manfaat atau faedah untuk dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut.
  - c. Menambah produktifitas (*increase productivity*), merupakan sikap mental yang selalu mempunyai pandangan bahwa kehidupan seseorang akan bertambah atau meningkatkan produktifitasnya dalam suatu kegiatan yang dimilikinya agar menjadi lebih baik.
2. Efektifitas meliputi dimensi:
  - a. Mempertinggi efektifitas (*enchance effectiveness*), bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan membantu

seseorang agar aktifitas sehari-hari menjadi meningkat dalam melakukan suatu pekerjaan.

- b. Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*), dengan menggunakan suatu teknologi tertentu dapat membantu mengembangkan kinerja pekerjaan seseorang dalam dunia pekerjaan yang dimiliki oleh orang tersebut.

### **2.4.3 Macam Manfaat Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking***

Penggunaan aplikasi *mobile banking* memberikan berbagai macam manfaat bagi para pengguna, di antaranya:

1. Kemudahan Akses

Aplikasi *mobile banking* memungkinkan pengguna untuk mengakses layanan perbankan kapan pun dan di mana pun mereka berada, asalkan terhubung ke internet. Ini memungkinkan akses yang lebih mudah daripada harus pergi ke kantor cabang bank.

2. Transfer Dana

Pengguna dapat dengan mudah melakukan transfer dana antar rekening, baik dalam bank yang sama maupun antarbank. Ini memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi keuangan seperti pembayaran tagihan, transfer antar teman, atau transfer ke rekening tabungan lainnya dengan cepat dan mudah.

3. Pembayaran Tagihan

Aplikasi *mobile banking* memungkinkan pengguna untuk membayar tagihan mereka secara online, seperti tagihan listrik, air, telepon, dan internet. Ini mengurangi kebutuhan untuk mengunjungi lokasi pembayaran fisik atau mengirim cek secara manual.

4. Cek Saldo dan Riwayat Transaksi

Pengguna dapat dengan cepat memeriksa saldo rekening mereka dan melihat riwayat transaksi terakhir mereka melalui aplikasi *mobile banking*. Hal ini membantu mereka untuk tetap terinformasi tentang keuangan mereka dan mengelola uang dengan lebih efektif.

5. Pengaturan dan Pemantauan Tabungan

Aplikasi *mobile banking* memungkinkan pengguna untuk mengatur tabungan mereka, termasuk pembukaan rekening baru, menyetor dana, menarik dana, dan mengatur transfer otomatis ke rekening tabungan. Mereka juga dapat memantau pertumbuhan investasi mereka melalui fitur yang disediakan.

6. Pengelolaan Kartu

Pengguna dapat mengontrol kartu debit atau kredit mereka melalui aplikasi *mobile banking*, termasuk pemblokiran atau pembatalan kartu yang hilang atau dicuri, mengaktifkan atau menonaktifkan fitur pembelian online atau internasional, dan melaporkan transaksi yang mencurigakan.

7. Notifikasi Transaksi

Aplikasi *mobile banking* sering menyediakan fitur notifikasi *real-time* yang memberi tahu pengguna tentang setiap transaksi yang dilakukan dengan rekening mereka. Ini membantu pengguna untuk mengidentifikasi aktivitas yang tidak sah dengan cepat dan mengambil tindakan yang diperlukan.

#### 8. Pelayanan Nasabah 24 jam

Dengan adanya aplikasi *mobile banking*, pelayanan nasabah tersedia 24 jam sehari, 7 hari seminggu. Ini memungkinkan pengguna untuk mendapatkan bantuan atau informasi kapan pun mereka membutuhkannya, tanpa harus menunggu jam kerja bank.

#### 2.4.4 Indikator Manfaat

Indikator manfaat atau kegunaan (*perceived usefulness*) yang digunakan Davis adalah sebagai berikut:

1. Mempercepat pekerjaan (*work more quickly*), seseorang dapat menyelesaikan pekerjaan lebih cepat dengan teknologi. Dengan adanya fitur berbagi ZISWAF pada aplikasi *mobile banking* nasabah mampu menyalurkan zakat, infaq, sedekah dan wakaf lebih cepat. Hal tersebut merupakan tanda bahwa nasabah percaya teknologi tersebut berguna, begitu pun sebaliknya.
2. Meningkatkan kinerja (*improve job performance*), seseorang yang merasa dengan menggunakan teknologi membuat performa kinerjanya meningkat. Adanya fitur berbagi

ZISWAF pada aplikasi *mobile banking* nasabah merasa dengan menggunakan teknologi tersebut membuat performa kerjanya meningkat merupakan tanda nasabah percaya teknologi berguna, begitu pula sebaliknya.

3. Meningkatkan produktivitas (*increase productivity*), seseorang yang merasa produktivitasnya meningkat dengan menggunakan teknologi. Nasabah yang menggunakan fitur berbagi ZISWAF pada aplikasi *mobile banking* merasa produktivitasnya meningkat menjadi tanda bahwa teknologi tersebut berguna, begitu pula sebaliknya.
4. Efektivitas (*effectiveness*), seseorang merasa pekerjaannya semakin efektif dengan menggunakan teknologi. Dengan menggunakan fitur berbagi ZISWAF pada aplikasi *mobile banking* nasabah merasa penyaluran ZISWAF semakin efektif merupakan tanda nasabah percaya teknologi tersebut berguna, begitu pula sebaliknya.
5. Mempermudah pekerjaan (*make job easier*), seseorang yang merasa pekerjaannya semakin mudah apabila menggunakan teknologi. Nasabah yang merasa dalam penyaluran ZISWAF semakin mudah dengan menggunakan fitur berbagi ZISWAF pada aplikasi *mobile banking*. Hal tersebut adalah tanda bahwa nasabah percaya teknologi tersebut berguna, begitu pula sebaliknya.
6. Bermanfaat (*useful*), seseorang yang merasa menggunakan teknologi berguna dalam pekerjaannya. Nasabah merasa

menggunakan fitur berbagi ZISWAF pada aplikasi *mobile banking* berguna dalam pekerjaannya menyalurkan ZISWAF.

## **2.5 Kemudahan**

### **2.5.1 Pengertian Kemudahan**

Kemudahan (*perceived ease of use*) adalah sistem yang dirancang untuk membuat segalanya lebih mudah bagi pengguna, bukan mempersulit. Kemudahan ini berarti suatu layanan akan mudah dipahami dan dioperasikan, sehingga konsumen akan mudah mempelajari cara menggunakan layanan tersebut. (Aziza, 2020). Widiyanti, (2020) mengemukakan bahwa persepsi kemudahan adalah persepsi bahwa suatu teknologi baru mudah dipahami, mudah digunakan, dapat diakses, dan nyaman digunakan. Adyas, (2019) menyatakan kemudahan penggunaan dianggap kemudahan penggunaan sebagai suatu sistem yang dirancang tidak menimbulkan kesulitan bagi penggunanya, namun penggunaan sistem justru memberikan kemudahan bagi seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya dibandingkan.

Kemudahan ini akan mempengaruhi perilaku, yaitu semakin masyarakat mempersepsikan kemudahan dalam menggunakan teknologi maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan teknologi informasi. Dapat dilihat bahwa kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan yang berkaitan dengan proses pengambilan keputusan. Jika pelanggan mempercayai teknologi yang tersedia dan mudah digunakan, mereka akan menggunakannya. Sebaliknya jika

sulit memahami dan tidak mempercayai teknologi informasi yang ada maka pelanggan tidak akan menggunakannya (Yetti, 2022).

Sari (2019) *Perceived Ease of Use* adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Davis (2017) mendefinisikan kemudahan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari Upaya. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang yang merasa bahwa mereka tidak perlu berusaha untuk menggunakan sistem yang diberikan akan lebih tahan dan menggunakan sistem tersebut dengan lebih baik.

### **2.5.2 Aspek-aspek Kemudahan**

Menurut Yuliawan (2018) kemudahan bertransaksi melibatkan beberapa aspek penting:

1. **Aksesibilitas dan Ketersediaan**

Kemudahan bertransaksi berkaitan erat dengan ketersediaan *platform* atau sarana untuk melakukan transaksi. Ini mencakup akses mudah ke *platform* online, layanan perbankan, atau sistem pembayaran yang memungkinkan individu atau entitas untuk melakukan transaksi dengan cepat dan tanpa hambatan.

2. **Kemudahan Penggunaan dan Fungsionalitas *Platform***

*Platform* atau sistem yang ramah pengguna dengan antarmuka yang intuitif dan fungsional akan meningkatkan kemudahan bertransaksi. Desain yang baik dan panduan

yang jelas dapat mengurangi hambatan teknis dan mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi.

3. Keamanan dan Perlindungan Privasi

Aspek keamanan dan perlindungan privasi sangat penting dalam meningkatkan kemudahan bertransaksi. Sistem yang aman dan terjamin akan memberikan kepercayaan kepada pengguna untuk melaksanakan transaksi tanpa khawatir terhadap kebocoran data atau penipuan.

4. Kemudahan Pembayaran dan Transparansi Biaya

Kemudahan dalam metode pembayaran dan pemahaman yang jelas terkait biaya transaksi menjadi faktor penting. Transparansi biaya dan informasi yang jelas mengenai biaya yang terkait dengan transaksi akan membantu pengguna dalam membuat keputusan yang tepat.

5. Kecepatan dan Efisiensi

Proses transaksi yang cepat dan efisien akan meningkatkan tingkat kemudahan. Pengguna sering kali mencari kemudahan dalam menyelesaikan transaksi tanpa harus menghabiskan waktu yang lama.

6. Dukungan dan Layanan Pelanggan

Ketersediaan layanan pelanggan yang responsif dan berkualitas merupakan faktor penting dalam meningkatkan kemudahan bertransaksi. Dukungan yang baik akan membantu pengguna dalam mengatasi masalah atau pertanyaan terkait transaksi.

## 7. Regulasi dan Kebijakan

Kebijakan yang jelas dan regulasi yang mendukung transparansi serta perlindungan konsumen juga menjadi bagian dari kemudahan bertransaksi. Hal ini mencakup perlindungan konsumen terhadap penipuan atau praktik-praktik yang merugikan.

## 8. Inovasi Teknologi dan Keberlanjutan

Penggunaan teknologi terbaru dan inovasi dalam sistem pembayaran atau transaksi akan mendukung peningkatan kemudahan bertransaksi. Kemampuan untuk terus berkembang dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi akan membantu meningkatkan pengalaman pengguna.

### 2.5.4 Indikator Kemudahan

Arta & Azizah (2020) menyatakan bahwa *perceived ease of use* dapat diukur melalui indikator-indikator yaitu ;

1. Kemudahan mempelajari, seseorang dapat dengan mudah menggunakan fitur berbagi ZISWAF pada BSI *mobile* sesuai yang diinginkan menjadi tanda bahwa teknologi tersebut memudahkan nasabah mempelajari fitur tersebut.
2. Mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan pengguna, seseorang merasa suatu teknologi jelas dan dapat di pahami, Nasabah merasa bahwa fitur berbagi ZISWAF pada aplikasi *mobile banking* jelas, dapat di pahami dan mudah apa yang di inginkan nasabah.

3. Kemudahan yang dapat meningkatkan keinginan pengguna, seseorang yang merasa bahwa teknologi mudah untuk di pakai atau di gunakan maka bisa meningkatkan nasabah dalam menggunakan fitur berbagi ZISWAF melalui aplikasi *mobile banking*.
4. Kemudahan dalam pengoperasian. Artinya seseorang dapat belajar mengoperasikan teknologi dengan mudah. Fitur- fitur pada aplikasi *mobile banking* dapat di pelajari dengan mudah oleh nasabah merupakan tanda bahwa teknologi tersebut mudah digunakan. Begitu pula sebaliknya.

## **2.6 Kepercayaan**

### **2.6.1 Pengertian Kepercayaan**

Kepercayaan menurut Azizi (2020) adalah kepercayaan yang dimiliki suatu pihak terhadap pihak lain dalam melaksanakan hubungan transaksional yang didasarkan pada keyakinan bahwa setiap orang dipercaya untuk memenuhi segala kewajibannya sesuai dengan apa yang diharapkan darinya.

Menurut Juni (2017) Kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Menurut Rousseau et al (2017) Kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain.

Kepercayaan merupakan langkah awal yang memandu konsumen terhadap suatu barang atau jasa. Orang memiliki tingkat

kepercayaan yang tinggi karena merasa apa yang diharapkan akan sesuai dengan keinginannya (Ziyad, 2019). Konsep kepercayaan dapat dipahami sebagai perasaan yakin nasabah terhadap kemampuan bank dalam menjamin keamanan datanya (Soemarso, 2018).

Kepercayaan adalah keyakinan seseorang terhadap keandalan dan integritas pihak atau rekanan lain. Jika nasabah memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap *mobile banking*, maka *mobile banking* dapat dijadikan sarana untuk meningkatkan loyalitas nasabah melalui *mobile* (Pramukty, 2022).

Menurut Maharani (2019) Kepercayaan dalam bertransaksi adalah fondasi utama yang menjadi dasar hubungan antara pihak-pihak yang terlibat dalam aktivitas ekonomi. Ini mencakup keyakinan, kepercayaan, dan keyakinan bahwa pihak lain akan bertindak sesuai dengan harapan, menjaga integritas, serta memenuhi komitmen dalam suatu transaksi.

### **2.6.2 Faktor-faktor Timbulnya Kepercayaan dalam Bertransaksi**

Kepercayaan adalah elemen kunci dalam bertransaksi, terutama dalam konteks keuangan di mana sensitivitas terhadap risiko dan keamanan sangat tinggi. Beberapa faktor yang dapat memengaruhi timbulnya kepercayaan dalam bertransaksi meliputi (Wibowo, 2022):

### 1. Keamanan Data

Pengguna akan percaya pada suatu *platform* atau layanan jika mereka yakin bahwa data pribadi dan keuangan mereka akan diamankan dengan baik. Langkah-langkah keamanan seperti enkripsi data, penggunaan protokol keamanan yang kuat, dan kepatuhan terhadap standar keamanan industri dapat meningkatkan kepercayaan pengguna.

### 2. Reputasi dan Integritas

Reputasi penyedia layanan berperan penting dalam membangun kepercayaan. Penyedia layanan dengan reputasi baik dan *track record* yang solid dalam menjaga keamanan dan kelayakan transaksi akan lebih dipercaya oleh pengguna.

### 3. Pengalaman Pengguna yang Memuaskan

Pengguna cenderung lebih percaya pada *platform* yang menawarkan pengalaman pengguna yang lancar, intuitif, dan mudah dipahami. Ketika pengguna merasa nyaman dan puas dengan antarmuka dan proses transaksi, mereka lebih cenderung untuk mempercayai *platform* tersebut.

### 4. Transparansi

Transparansi dalam kebijakan, biaya, dan proses transaksi sangat penting dalam membangun kepercayaan. Pengguna harus dapat dengan jelas melihat bagaimana transaksi mereka akan diproses, apa biaya yang terlibat, dan bagaimana data mereka akan digunakan.

### 5. Dukungan Pelanggan yang Baik

Ketersediaan dukungan pelanggan yang responsif dan efektif dapat meningkatkan kepercayaan pengguna. Ketika pengguna merasa bahwa mereka dapat dengan mudah mendapatkan bantuan atau solusi jika terjadi masalah, mereka akan lebih percaya pada *platform* tersebut.

### 6. Kepatuhan Regulasi

Mematuhi peraturan dan regulasi keuangan yang berlaku adalah faktor kunci dalam membangun kepercayaan. Pengguna akan merasa lebih aman jika mereka tahu bahwa *platform* atau layanan tersebut beroperasi sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh otoritas keuangan yang relevan.

### 7. Umpan Balik dan Ulasan Positif

Ulasan dan umpan balik positif dari pengguna lain dapat membangun kepercayaan dalam sebuah *platform* atau layanan. Pengguna cenderung mempercayai *platform* yang memiliki reputasi baik di antara komunitas mereka.

Dengan memperhatikan faktor-faktor ini dan memprioritaskan keamanan, integritas, dan pengalaman pengguna, penyedia layanan dapat membangun kepercayaan yang kuat di antara pengguna mereka dalam bertransaksi.

## 2.6.3 Tingkatan Kepercayaan dalam Bertransaksi

Kepercayaan memainkan peran penting dalam berbagai aspek transaksi, termasuk tetapi tidak terbatas pada:

### 1. Keandalan dan Integritas

Kepercayaan melibatkan keyakinan bahwa pihak yang terlibat dalam transaksi akan bertindak dengan integritas dan kejujuran. Ini mencakup penghormatan terhadap komitmen, perjanjian, atau kontrak yang telah dibuat.

### 2. Keamanan Transaksi

Kepercayaan juga terkait dengan aspek keamanan dalam transaksi. Pelaku transaksi perlu yakin bahwa informasi pribadi atau keuangan mereka akan terlindungi dengan baik dari penyalahgunaan atau serangan *cyber*.

### 3. Pemenuhan Harapan dan Kualitas

Kepercayaan melibatkan harapan terhadap pemenuhan kualitas dan layanan yang dijanjikan dalam suatu transaksi. Pihak yang terlibat perlu meyakini bahwa produk atau layanan yang mereka beli akan sesuai dengan yang diharapkan.

### 4. Kepuasan Pelanggan

Kepercayaan sangat terkait dengan kepuasan pelanggan. Jika pelanggan memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap suatu merek atau penyedia layanan, mereka cenderung akan kembali untuk bertransaksi lagi.

### 5. Reputasi dan Pengalaman Pengguna

Reputasi baik dan pengalaman positif dalam bertransaksi dengan suatu entitas dapat meningkatkan tingkat kepercayaan. Ulasan positif dari pengguna sebelumnya atau

rekomendasi dari pihak terpercaya juga bisa memengaruhi kepercayaan.

6. **Kepastian dan Prediktabilitas**

Dalam konteks transaksi keuangan, kepercayaan melibatkan kepastian dan prediktabilitas terkait dengan hasil transaksi. Pihak yang bertransaksi ingin yakin bahwa hasil transaksi akan sesuai dengan yang diharapkan dan tidak akan ada kejutan yang merugikan.

7. **Komunikasi yang Jelas dan Terbuka**

Komunikasi yang jelas, terbuka, dan transparan tentang syarat-syarat, biaya, dan proses transaksi juga sangat penting dalam membangun kepercayaan. Informasi yang akurat dan mudah diakses dapat memperkuat kepercayaan.

8. **Konsistensi dan Kepatuhan terhadap Regulasi**

Konsistensi dalam menjalankan operasi dan kepatuhan terhadap regulasi atau standar industri juga berkontribusi pada pembentukan kepercayaan. Pihak yang bertransaksi ingin meyakini bahwa entitas yang mereka lakukan transaksi memiliki integritas dan ketaatan terhadap aturan yang berlaku.

#### **2.6.4 Indikator Kepercayaan**

Ada beberapa indikator kepercayaan yang digunakan dalam penelitian (Pramukty, 2022), sebagai berikut:

1. Keandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada pelanggan secara akurat, cepat dan memuaskan.
2. Kepedulian adalah tingginya empati bank yang dapat dirasakan oleh bank dan mampu memberikan solusi.
3. Reliability, yaitu penyelenggaraan mekanisme penyelenggaraan transaksi elektronik pada industri perbankan yang jujur dan dapat dipercaya.

## **2.7 Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan 7 (tujuh) penelitian yang terkait, yang mana pembahasannya terkait erat dengan penulisan proposal ini, data-data penelitian terdahulu yang dimaksud antara lain yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Astuti dan Prijanto (2021), bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat muzaki dalam membayar zakat melalui Kitabisa.com dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* dan *Theory of Planned Behavior*. Selain itu, penelitian ini menganalisis pola hubungan perspektif kemudahan, kegunaan, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap minat muzaki. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Alat analisis yang digunakan yaitu *software* SmartPLS versi 3. Teknik pengumpulan data primer melalui penyebaran kuesioner dengan jumlah sampel sebesar 180 responden. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa Persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, kontrol perilaku, dan sikap berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat, namun kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Febiana, et al., (2021), bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel literasi Zakat, Infaq dan Shadaqah (ZIS), kepercayaan dan *brand awareness* terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis *structural equation model* (sem) pendekatan *partial least square* (pls) menggunakan *software statistic smartpls 3.0*. Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data yaitu kuesioner dengan menggunakan skala likert. Dalam mengambil sampel diperoleh dengan metode *non-probability sampling* menggunakan teknik *purposive sampling*, sampel yang diperoleh yaitu 95 responden pada mahasiswa fakultas agama islam universitas ibn khaldun bogor. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi ZIS berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menyalurkan Zakat dan donasi melalui tokopedia. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi melalui tokopedia.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Rostiana (2021), bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berzakat secara online melalui platform fintech.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu 155 responden dari generasi muslim milenial yang tinggal atau berdomisili di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek). Metode pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *Statistical Package for the Social Sciens* (SPSS) IBM Versi 26.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pendapatan, kepercayaan, transparansi, dan akuntabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berzakat secara online melalui *platform fintech*, sedangkan religiusitas dan *brand awareness* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berzakat secara online melalui *platform fintech*.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ghofur (2020), bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan suatu penggunaan melalui teknologi. Sumber data yang digunakan penulis adalah data primer dengan teknik kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah muzakki pada wilayah DKI Jakarta yaitu berjumlah 38,5 ribu, pengambilan sampel dengan menggunakan metode *Slovin* dan penentuan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Setelah penulis mendapatkan data dengan kuesioner, maka selanjutnya data akan di uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan di lanjutkan dalam pengujian Hoptesis menggunakan olah data aplikasi SPSS 20.0. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa *Technology Acceptance Model* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *fintech* gopay.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Isnaini, et al., (2020), bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan berdonasi, dan pengaruhnya efektivitas penyaluran bunga ZIS menggunakan *fintech* crowdfunding. Contoh penelitian ini adalah 86 responden mahasiswa Fakultas Agama Islam UIKA Bogor. Data metode pengumpulannya menggunakan kuesioner dan teknis analisis yang digunakan adalah linier berganda regresi. Hasil penelitian menunjukkan Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan membayar ZIS, sementara Efektifitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan membayar ZIS.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Ekacahyanti (2020), bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi muzakki dalam membayar zakatnya secara online menggunakan *financial technology*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *sampling purposive sampling* bagi muzakki yang pernah membayar zakat secara online di lembaga zakat manapun. Penelitian ini menggunakan analisis faktor eksploratori. Oleh karena itu, pengambilan sampel penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuisisioner kepada 50 responden dengan kriteria responden sudah ditentukan sebelumnya. Hasil dari penelitian ini adalah Sosialisasi, biaya, keprofesionalan

fintech, pengetahuan, kemudahan, dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat online. Artinya penelitian ini terbentuk 6 faktor yang mempengaruhi preferensi muzakki dalam membayar zakat secara online yaitu faktor sosialisasi zakat, faktor biaya, faktor keprofesionalan lembaga zakat, faktor pengetahuan zakat, faktor kemudahan dan faktor keamanan.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Ilyas pada tahun (2018), bertujuan untuk menjelaskan apakah ada pengaruh kepercayaan, religiusitas dan pendapatan terhadap minat masyarakat membayar zakat di Lazismu Kota Makassar. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer. Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sampel acak (*Probability Sampling*). Sedangkan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data menggunakan metode observasi, angket/kuesioner dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah semua muzakki di Lazismu Kota Makassar yaitu sebanyak 1.457 orang. Kemudian teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, reliabilitas dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini adalah Pendapatan, kepercayaan, dan transparansi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berzakat, sementara religiusitas dan brand awarness tidak berpengaruh terhadap keputusan berzakat.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terkait**

No	Penelitian, Tahun, dan Judul	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Windi Astuti dan Budi Prijanto (2021) Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzzaki dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.com: Pendekatan TAM dan Theory of Planned Behavior.	Analisis Regresi Linear Berganda	Persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, kontrol perilaku, dan sikap berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat, namun kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat.
2.	Febiana, Hendri Tanjung dan Hilman Hakiem (2021) Pengaruh Literasi ZIS, Kepercayaan, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia.	Analisis Regresi Linear Berganda	Literasi zis terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi berpengaruh negatif, sementara kepercayaan dan brand awareness terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi berpengaruh positif.
3.	Sekar Alfin Rostiana (2021) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Muslim Milenial Dalam Membayar Zakat Secara Online Melalui Platform Fintech	Analisis Regresi Linear Berganda	Pendapatan, kepercayaan, dan transparansi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berzakat, sementara religiusitas dan brand awareness tidak berpengaruh terhadap keputusan berzakat.

No	Penelitian, Tahun, dan Judul	Metode Analisis	Hasil Penelitian
4.	Afiful Ichwan dan Ruslan Abdul Ghofur (2020) Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay	Analisis Regresi Linear Berganda	Technology Acceptance Model berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui fintech gopay.
5.	Isnaini Lailatul Rohmah, Ibdalsyah, dan Ahmad Mulyadi Qosim (2020) Pengaruh Persepsi Kemudahan Berdonasi dan Efektivitas Penyaluran Menggunakan Fintech Crowdfunding Terhadap Minat Membayar Zakat dan shodaqoh	Analisis Regresi Linear Berganda	Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan membayar ZIS, sementara Efektivitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan membayar ZIS.
6.	Fitriana Novi Eka Cahyanti (2020) Analisis Preferensi Muzakki Dalam Membayar Zakat Secara Online.	Analisis Faktor Eksploratori	Sosialisasi, biaya, keprofesionalan fintech, pengetahuan, kemudahan, dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat online.
7.	Fadhilah Nur Hazirah Ilyas (2018) Analisis Faktor-Faktor	Analisis Regresi Linear Berganda	Pendapatan, kepercayaan, dan transparansi berpengaruh signifikan terhadap keputusan

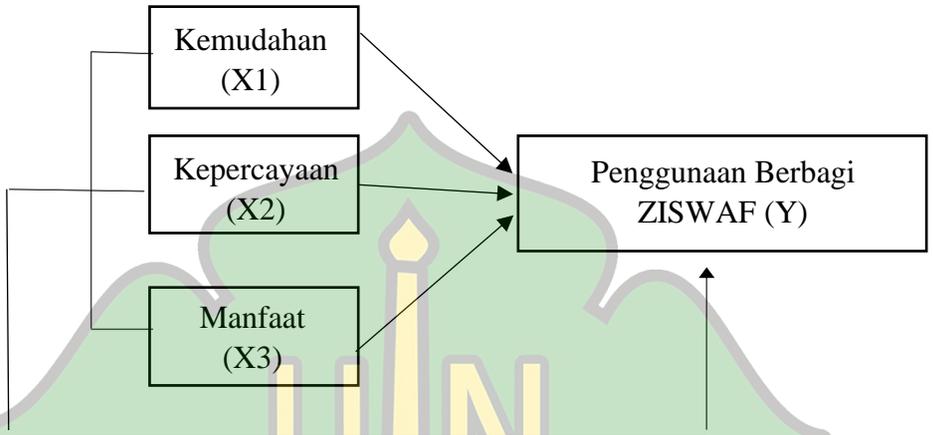
No	Penelitian, Tahun, dan Judul	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat di Lazismu.		berzakat, sementara religiusitas dan brand awarness tidak berpengaruh terhadap keputusan berzakat.

## 2.8 Kerangka Berpikir

Berdasarkan dari beberapa penelitian terdahulu memperlihatkan hasil bahwa variabel kemudahan berpengaruh terhadap keputusan membayar ZISWAF. Penelitian Astuti & Prijanto (2021), menunjukkan Variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat membayar zakat. Pada penelitian Rostiana (2021), menunjukkan variabel kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat melalui BSI *mobile*. Pada penelitian Febiana, et al., (2021), menunjukkan variabel manfaat berpengaruh terhadap keputusan membayar ziswaf melalui BSI *Mobile*.

Begitu juga pada variabel penggunaan berbagi ziswaf berpengaruh terhadap keputusan membayar ZISWAF. Penelitian Ekacahyanti (2020), menunjukkan variabel penggunaan berbagi ZISWAF berpengaruh terhadap pengetahuan, kemudahan dan keamanan berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat online.

**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Berpikir**



## **2.9 Hipotesis**

Berdasarkan kerangka penelitian terkait pengaruh variabel kemudahan, kepercayaan, dan manfaat terhadap penggunaan berbagi ZISWAF pada *BSI mobile*, yang didukung dengan penelitian sebelumnya, maka dapat diajukan hipotesis yaitu sebagai berikut:

### **2.9.1 Variabel Kemudahan**

Penelitian Astuti & Prijanto (2021), menunjukkan Variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat membayar zakat. Persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, kontrol prilaku, dan sikap berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat, namun kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat.

H1: Variabel kemudahan berpengaruh terhadap variabel keputusan bertransaksi menggunakan zakat, infaq, wakaf, dan sedekah melalui *BSI Mobile*.

H01: Variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan bertransaksi menggunakan zakat, infaq, wakaf, dan sedekah melalui *BSI Mobile*.

### **2.9.2 Variabel Kepercayaan**

Pada penelitian Rostiana (2021), menunjukan variabel kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat melalui *BSI mobile*. Pendapatan, kepercayaan, dan transparansi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berzakat, sementara religiusitas dan brand awarness tidak berpengaruh terhadap keputusan berzakat.

H2: Variabel kepercayaan berpengaruh terhadap variabel keputusan bertransaksi menggunakan zakat, infaq, wakaf, dan sedekah melalui *BSI Mobile*.

H02: Variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan bertransaksi menggunakan zakat, infaq, wakaf, dan sedekah melalui *BSI Mobile*.

### **2.9.3 Variabel Manfaat**

Pada penelitian Febiana, et al., (2021), menunjukan variabel manfaat berpengaruh terhadap keputusan membayar ziswaf melalui *BSI Mobile*. Literasi zis terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi berpengaruh negatif, sementara kepercayaan dan brand

awareness terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi berpengaruh positif.

H3: Variabel manfaat penggunaan berpengaruh terhadap variabel keputusan bertransaksi menggunakan zakat, infaq, wakaf, dan sedekah melalui *BSI Mobile*.

H03: Variabel manfaat penggunaan tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan bertransaksi menggunakan zakat, infaq, wakaf, dan sedekah melalui *BSI Mobile*.

#### **2.9.4 Variabel Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan**

Penelitian Ekacahyanti (2020), menunjukan variabel penggunaan berbagi ziswaf berpengaruh terhadap pengetahuan, kemudahan dan keamanan berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat online.

H4: Variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi menggunakan zakat infaq, sedekah, dan wakaf.

H04: Variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi menggunakan zakat infaq, sedekah, dan wakaf.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian korelasional. Metode ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana variasi pada suatu variabel berkaitan dengan variasi variabel lainnya. Metode ini bertujuan untuk menemukan ada atau tidaknya hubungan antar variabel (Iskandar, 2020).

Pada penelitian kuantitatif menggambarkan dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Pada penelitian ini akan melihat bagaimana pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan manfaat terhadap penggunaan berbagai ZISWAF.

#### **3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi**

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Simpang Surabaya yang meliputi Kota Banda Aceh, Sukadamai, Lueng Bata. Lokasi penelitian ini diambil karena untuk memberikan nuansa berbeda dari tempat penelitian sebelumnya karena karakteristik nasabah serta memperluas responden dari penelitian sebelumnya. Waktu yang dibutuhkan guna menyusun proposal penelitian hingga dengan tersusunnya laporan penelitian ini yakni mulai dari Januari 2024 sampai dengan Maret 2024.

Populasi yang akan diteliti ini ialah nasabah bank syariah Indonesia KCP Simpang Surabaya yang menggunakan *mobile*

*banking* yang berjumlah 1.523 nasabah (BSI KCP Simpang Surabaya, 2024). Berikut ini jumlah populasi tiap tahunnya dari 2021-2024:

**Tabel 3.1**  
**Populasi Nasabah Yang Menggunakan BSI Mobile di BSI KCP Simpang Surabaya Tahun 2021-2024**

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2021	315
2	2022	659
3	2023	1.136
4	2024	3.640

Sumber: BSI KCP Simpang Surabaya (2024)

### 3.2.2 Sampel

Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah, dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Karena, apabila populasinya berjumlah banyak atau besar, sangat tidak mungkin bagi peneliti untuk mempelajari keseluruhan populasi tersebut karena berbagai keterbatasan seperti waktu, ataupun dana.

Dalam menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10 %, dan untuk menghitung ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya akan menggunakan rumus *Slovin* seperti yang terdapat dalam (Sugiyono, 2018) sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

$z$  = tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian (pada  $\alpha = 10\%$  atau derajat keyakinan ditentukan  $90\%$  maka  $z = 1,96$ )

$\mu$  = margin of error, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (ditentukan  $10\%$  atau  $0,1$ )

Maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut:

$$n = \frac{3.640}{1 + 3.640(0,1)^2}$$
$$n = 97,32$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, sampel yang diambil sebanyak  $97,32$  orang. Untuk memudahkan perhitungan maka dibulatkan menjadi  $98$  orang berikut ini sebagian sampel dari lokasi penelitian yang telah ditentukan oleh peneliti dan terkumpul  $125$  orang sebagai responden. Dan untuk mengurangi data error dan data palsu maka peneliti memperoleh sampel sebanyak  $125$  orang tersebut yang dibenarkan dengan hasil penyebaran kuesioner kepada nasabah BSI KCP Simpang Surabaya.

### 3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*, *Probability sampling* adalah salah satu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dengan *probability sampling*, maka pengambilan sampel secara acak atau random dari populasi yang ada.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Simpel Random Sampling*. Menurut Sugiyono (2018), *Simpel Random Sampling* adalah teknik untuk mendapatkan sampel yang langsung dilakukan pada unit *sampling*. Maka setiap unit *sampling* sebagai unsur populasi yang terpencil memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel atau untuk mewakili populasinya. Cara tersebut dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Simpel Random Sampling* dengan kriteria:

1. Nasabah BSI KCP Simpang Surabaya yang mempunyai aplikasi *BSI Mobile*
2. Berdomisili di Banda Aceh
3. Pernah melakukan transaksi zakat, infaq, sedekah dan wakaf pada *BSI Mobile*

### **3.4 Data dan Sumber Data**

Pada penelitian ini menggunakan data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Sugiyono 2019). Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari jawaban pada kuesioner yang akan diberikan kepada responden yaitu nasabah BSI KCP Simpang Surabaya.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui *google forms* dimana *google forms* ini dikunci dengan kriteria utama ialah: harus warga Banda Aceh, harus nasabah BSI KCP Simpang Surabaya. Dimana tujuannya untuk menghindari data yang berasal dari luar populasi. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini data didapatkan dari nasabah BSI yang menggunakan layanan berbagi ZISWAF pada BSI *mobile* yang berdomisili di kota Banda Aceh.

### **3.6 Variabel Penelitian**

#### **3.6.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)**

Menurut Sugiyono variabel independen merupakan variabel yang menjadi penyebab timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2012). Variabel independen pada penelitian ini yaitu kemudahan (X1), kepercayaan (X2), dan manfaat (X3).

#### **3.6.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)**

Variabel dependen ialah variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012). Pada penelitian ini variabel dependen yang digunakan yaitu penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI *mobile* (Y).

### 3.6.3 Definisi Operasional Variabel

Pada penelitian ini definisi operasional dari masing-masing variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Definisi Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
1.	Kemudahan (X1), adalah persepsi bahwa suatu teknologi baru mudah dipahami, mudah digunakan, dapat diakses, dan nyaman digunakan (Damayanti, 2019)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah dipelajari</li> <li>2. Mudah dioperasikan</li> <li>3. Tidak membutuhkan banyak usaha</li> <li>4. Mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna</li> </ol>	1-2 3-3 4-5 6-6	Likert
2.	Kepercayaan (X2), adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya (Agustina et al., 2018).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kehandalan (pelayanan yang dijanjikan)</li> <li>2. Kepedulian (memberi solusi)</li> <li>3. Kredibilitas (dapat dipercaya)</li> </ol>	1-2 3-4 5-6	Likert
3.	Manfaat (X3), adalah suatu sistem yang bermanfaat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjadi lebih mudah</li> <li>2. Menambah pengetahuan</li> </ol>	1-1 2-2 3-5 6-6	Likert

	dalam penggunaannya , maka akan banyak konsumen yang semakin minat dan memutuskan menggunakan layanan tersebut (Azizah et al., 2020).	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Mempercepat waktu</li> <li>4. Mempengaruhi tingkat kinerja</li> </ol>		
4.	Penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI <i>mobile</i> (Y), adalah Penggunaan merupakan Sebagian proses, cara perbuatan memakai sesuatu dan pemakaian (Srikandi et al., 2022).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkat pengetahuan dan keterlibatan</li> <li>2. Kemudahan pemakaian</li> <li>3. Keuntungan , kesenangan dan keinginan</li> </ol>	<p>1-2 3-3 4-6</p>	Likert

### 3.7 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik dengan menggunakan aplikasi komputer *Software Statistical Package For Social Science (SPSS)* v.26. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data yang dilakukan

berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data diri setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah.

### **3.7.1 Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2019), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas merupakan suatu instrumen yang digunakan untuk mengukur suatu data yang telah didapatkan benar-benar data yang valid atau tepat. Uji Validitas dapat dikatakan valid apabila signifikan  $< 0,05$  atau 5 % sehingga apabila nilai signifikansinya sebesar 0,05 berarti data tersebut dinyatakan valid. Menurut Ghazali (2018), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk yang akan diteliti. Uji validasi dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS.

### **3.7.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2019) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan alat bantu SPSS statistik untuk menghitung besarnya *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu

konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

### 3.7.3 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Uji *Kolmogrow-Smirnow*. Dasar pengambilan keputusannya adalah apabila nilai *alpha* < 0,05 berarti tidak terdistribusi dengan normal dan apabila nilai *alpha* > 0,05 maka terdistribusi secara normal.

#### 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas menurut (Ghozali, 2018) bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara linier. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factro* (VIF) dan nilai tolerance. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya.

Multikolinieritas terjadi jika nilai tolerance < 0.10 atau sama dengan VIF >10. Jika nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka

dapat dikatakan bahwa multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinieritas).

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti varian variabel gangguan yang tidak konstan. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser untuk meregresi nilai absolute residual terhadap variabel bebas (Ghozali, 2018). Berikut ini pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini:

1. Jika penilaian probabilitas  $< 0,05$   $H_0$  diterima, maka terdapat heteroskedastisitas.
2. Jika penilaian probabilitas  $> 0,05$   $H_0$  ditolak, maka tidak terdapat heteroskedastisitas

## 3.8 Uji Hipotesis

### 3.8.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2018). Dengan membandingkan t hitung dengan t tabel, apabila t hitung  $>$  t tabel berarti variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Uji T digunakan untuk menguji apakah setiap variabel (independen) secara masing-masing parsial atau individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat

(dependen) pada tingkat signifikansi dengan menganggap variabel bebas bernilai konstan.

1. Jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
2. Jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

### 3.8.2 Uji F

Uji F simultan digunakan untuk mengetahui ada atau tidak adanya pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali, 2018). Dengan cara membandingkan F hitung dengan F tabel, jika F hitung > F tabel berarti semua variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel independen. 1. Jika nilai Sig < 0,05 atau F hitung > tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. 2. Jika nilai Sig > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel secara simultan terhadap variabel Y.

### 3.8.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinan dilakukan untuk mengukur sejauh mana variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi. Nilai koefisien determinasi antara 0-1 atau dalam rumus ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Besarnya nilai  $R^2$  jika variabel semakin mendekati 0 berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Jika besarnya nilai  $R^2$

semakin mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen, semakin besar pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

### 3.9 Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda karena terdiri dari dua variabel bebas yang memengaruhi satu variabel terikat. Adapun pada penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk melihat pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan manfaat terhadap penggunaan berbagi ZISWAF.

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + X_3b_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Penggunaan Berbagi ZISWAF)

$X_1, X_2$  dan  $X_3$  = Variabel independen (Kemudahan, Kepercayaan, Manfaat)

$\alpha$  = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien Regresi

e = Error Term

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Umum Bank Syariah Indonesia KCP Simpang Surabaya**

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (selanjutnya disebut BSI) resmi beroperasi pada 1 Februari 2021. BSI merupakan bank syariah terbesar di Indonesia hasil penggabungan (merger) tiga bank syariah dari Himpunan Bank Milik Negara (Himbara), yaitu: PT Bank BRI Syariah (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri (BSM), dan PT Bank BNI Syariah (BNIS). Terobosan kebijakan pemerintah untuk melakukan merger tiga bank syariah ini diharapkan dapat memberikan pilihan lembaga keuangan baru bagi masyarakat sekaligus mampu mendorong perekonomian nasional. Sebelumnya, Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) pada tanggal 12 Oktober 2020 mengumumkan secara resmi bahwa telah dimulai proses merger tiga bank umum syariah anak usaha bank BUMN dan ditargetkan selesai pada bulan Februari 2021. Beberapa pertimbangan yang mendorong proses merger disampaikan Menteri BUMN Erick Thohir, antara lain pemerintah melihat bahwa penetrasi perbankan syariah di Indonesia sangat jauh ketinggalan dibandingkan dengan bank konvensional. Di samping itu, pemerintah melihat peluang bahwa merger ini bisa membuktikan sebagai negara dengan mayoritas muslim punya bank syariah kuat secara fundamental. Bahkan, Presiden Joko Widodo mempertegas lagi bahwa pembentukan bank

syariah merupakan salah satu upaya pemerintah untuk memperkuat industri keuangan syariah di Indonesia (cnbcindonesia, 2021).

Salah satu visi yang diemban BSI adalah menjadi bank syariah berskala dunia, yaitu target untuk masuk dalam peringkat 10 besar bank syariah dunia dengan nilai kapitalisasi besar pada 2025. Pencapaian target tersebut menjadi tantangan yang besar karena Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat total aset perbankan syariah, mencakup bank umum syariah (BUS) dan unit usaha syariah (UUS) per November 2020 hanya 3,97% dari total aset bank umum. Selain itu, nilai pembiayaan Syariah BUS dan UUS baru 2,49% dari total pembiayaan bank umum. Tingkat inklusi keuangan syariah pada 2019 pun turun 200 bps dari semula 11,1% pada 2016 menjadi tinggal 9,10%. Sebaliknya, tingkat inklusi keuangan perbankan konvensional justru meningkat dari 65,6% pada 2016 menjadi 75,28% pada 2019 (Bisnis Indonesia, 2021).

Tujuan penggabungan bank syariah yaitu untuk mendorong bank syariah lebih besar sehingga dapat masuk ke pasar global dan menjadi katalis pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Selain itu, merger bank syariah dinilai dapat lebih efisien dalam penggalangan dana, operasional, dan belanja. Melalui merger bank syariah ini diharapkan perbankan syariah terus tumbuh dan menjadi energi baru untuk ekonomi nasional dan akan menjadi bank BUMN yang sejajar dengan bank BUMN lainnya sehingga bermanfaat dari sisi kebijakan dan transformasi bank (Republika, 2020).

BSI KCP Simpang Surabaya merupakan salah satu cabang yang dirancang untuk melayani nasabah dengan layanan perbankan syariah yang meliputi tabungan, pembiayaan, dan produk-produk keuangan lainnya yang sesuai dengan prinsip syariah. Bank BSI KCP Simpang Surabaya menawarkan berbagai produk dan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti pembiayaan murabahah, ijarah, dan mudharabah. Selain itu, cabang ini juga fokus pada pelayanan nasabah di area Simpang Surabaya dan sekitarnya, memberikan kemudahan akses bagi masyarakat yang ingin bertransaksi dengan prinsip syariah.

#### **4.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia**

##### **4.1.2.1 Visi**

Visi Bank Syariah Indonesia yaitu menjadi top 10 global *islamic bank*.

##### **4.1.2.2 Misi**

Misi Bank Bank Syariah Indonesia yaitu sebagai berikut:

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan

memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

## 4.2 Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Simpang Surabaya dengan sampel yang diperlukan yaitu sebesar 98 responden dan angket yang terisi sebanyak 125 responden. Peneliti menggunakan metode *Probability Sampling* dengan teknik *Simpel Random Sampling*. Jadi, sampel yang menjadi responden harus memenuhi beberapa kriteria yang telah peneliti terapkan. Adapun deskripsi responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Nasabah BSI KCP Simpang Surabaya di Kota Banda Aceh**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	37	29,6
2	Perempuan	88	70,4
	<b>Jumlah</b>	<b>125</b>	<b>100</b>
No	Usia Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	18-20 tahun	69	55,2
2	21-30 tahun	45	36
3	31-40 tahun	10	8
4	41-50 tahun	1	0,8
5	>50 tahun	0	0
	<b>Jumlah</b>	<b>125</b>	<b>100</b>
No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMA/Sederajat	70	56
2	Diploma III	3	2,4
3	S1	49	39,2
4	S2	3	2,4
	<b>Jumlah</b>	<b>125</b>	<b>100</b>
No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1	<Rp 1.000.000	54	43,2
2	Rp 1.100.000-Rp 3.000.000	45	36
3	Rp 3.100.000-Rp 5.000.000	18	14,4
4	Rp 5.100.000-Rp 10.000.000	8	6,4

5	>10.000.000	0	<b>0</b>
	<b>Jumlah</b>	<b>125</b>	<b>100</b>
<b>No</b>	<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
1	Karyawan/Buruh	11	8,8
2	PNS/Honorar	8	6,4
3	Pegawai Swasta/Wirawasta	23	18,4
4	Wirasaha	2	1,6
5	Petani	23	18,4
6	Lainnya (pensiunan, buruh harian lepas, dll)	38	30,4
7	Pelajar/Mahasiswa	20	16
	<b>Jumlah</b>	<b>125</b>	<b>100</b>
<b>No</b>	<b>Berapa kali pernah melakukan transaksi berbagi ziswaf melalui BSI Mobile</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
1	1-5 kali	120	96
2	6-10 kali	5	4
3	> 10 kali	0	0
	<b>Jumlah</b>	<b>125</b>	<b>100</b>
<b>No</b>	<b>Domisili di Banda Aceh (Kecamatan)</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
1	Kuta Alam	13	10,4
2	Ulee Kareng	21	16,8
3	Baiturrahman	8	6,4
4	Lueng Bata	9	7,2
5	Jaya Baru	11	8,8
6	Banda Raya	12	9,6
7	Meuraxa	19	15,2
8	Syiah Kuala	24	19,2
9	Kutaraja	8	6,4
	<b>Jumlah</b>	<b>125</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 4.1 tentang karakteristik jenis kelamin responden dapat dijelaskan bahwa jenis kelamin laki-laki diketahui 37 orang (29,6%) dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 88 orang (70,4%). Berdasarkan umur, yang berumur 18-20 tahun sebanyak 69 orang (55,2%), 21-30 tahun sebanyak 45 orang (36%), 31-40 tahun sebanyak 10 orang (8%), dan 41-50 tahun sebanyak 1

orang (0,8%). Pendidikan terakhir responden adalah SMA/Sederajat sebanyak 70 orang (56%), Diploma III sebanyak 3 orang (2,4%), S1 sebanyak 49 orang (39,2%), dan S2 sebanyak 3 orang (2,4%). Berdasarkan pendapatan diketahui yang mendapatkan pendapatan <Rp 1.000.000 sebanyak 54 orang (43,2%), Rp 1.100.000-Rp 3.000.000 sebanyak 45 orang (36%), Rp 3.100.000-Rp 5.000.000 sebanyak 18 orang (14,4), dan Rp 5.100.000-Rp 10.000.000 sebanyak 8 orang (6,4%). Berdasarkan pekerjaan diketahui karyawan/buruh sebanyak 11 orang (8,8%), PNS/honorer sebanyak 8 orang (6,4%), Pegawai Swasta/Wiraswasta sebanyak 23 orang (18,4%), wirausaha sebanyak 2 orang (1,6%), petani sebanyak 23 orang (18,4%), lainnya sebanyak 38 orang (30,4%), dan Pelajar/Mahasiswa sebanyak 124 orang (90,52%). Berdasarkan berapa kali pernah melakukan transaksi berbagi ZISWAF melalui BSI mobile yaitu 1-5 kali sebanyak 120 orang (96%) dan 6-10 kali sebanyak 5 orang (4%). Berdasarkan domisili per kecamatan yaitu kecamatan Kuta Alam sebanyak 13 orang (10,4%), Ulee Kareng sebanyak 21 orang (16,8%), Baiturrahman sebanyak 8 orang (6,4%), Lueng Bata sebanyak 9 orang (7,2%), Jaya Baru sebanyak 11 orang (8,8%), Banda Raya sebanyak 12 orang (9,6%), Meuraxa sebanyak 19 orang (15,2%), Syiah Kuala sebanyak 24 orang (19,2%), dan Kutaraja sebanyak 8 orang (6,4%).

### **4.3 Tanggapan Responden Penelitian**

Data responden dalam penelitian ini didapat melalui penyebaran angket/kuesioner yang dibagikan secara online melalui

Google Form. Dalam penelitian ini responden berjumlah 125 orang. Berikut adalah hasil gambaran data dan karakteristik dari 125 responden yang diperoleh:

#### 4.3.1 Tanggapan Jawaban Responden Variabel Kemudahan

Variabel kemudahan terdiri atas beberapa item pernyataan yang menjadi komponen dari pembentuk variabel. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.2**  
**Tanggapan Variabel Kemudahan**

No	Kemudahan (X1)						Total
	Jawaban Responden						
	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	
1	X1.1	1	0	15	87	22	125
2	X1.2	0	1	3	103	18	125
3	X1.3	0	0	15	86	24	125
4	X1.4	1	0	5	74	45	125
5	X1.5	0	1	3	75	46	125
6	X1.6	0	0	10	82	33	125
<b>Frekuensi</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	<b>51</b>	<b>507</b>	<b>188</b>	<b>750</b>
<b>Persentase</b>		<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>7%</b>	<b>68%</b>	<b>25%</b>	<b>100%</b>

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dari hasil penyebaran kuesioner untuk variabel kemudahan responden dominan setuju atas pertanyaan-pertanyaan pada variabel kemudahan.

### 4.3.2 Tanggapan Jawaban Responden Variabel Kepercayaan

Variabel kepercayaan terdiri atas beberapa item pernyataan yang menjadi komponen dari pembentuk variabel. Hal ini dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.3**  
**Tanggapan Variabel Kepercayaan**

No	Kepercayaan (X2)						Total
	Jawaban Responden						
	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	
1	X2.1	0	1	10	79	35	125
2	X2.2	0	1	8	86	30	125
3	X2.3	0	1	9	65	50	125
4	X2.4	0	0	9	93	23	125
5	X2.5	0	1	15	84	25	125
6	X2.6	0	0	9	89	27	125
<b>Frekuensi</b>		<b>0</b>	<b>4</b>	<b>60</b>	<b>496</b>	<b>190</b>	<b>750</b>
<b>Persentase</b>		<b>0%</b>	<b>1%</b>	<b>8%</b>	<b>66%</b>	<b>25%</b>	<b>100%</b>

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dari hasil penyebaran kuesioner untuk variabel kepercayaan responden dominan setuju atas pertanyaan-pertanyaan pada variabel kepercayaan.

### 4.3.3 Tanggapan Jawaban Responden Variabel manfaat

Variabel manfaat terdiri atas beberapa item pernyataan yang menjadi komponen dari pembentuk variabel. Hal ini dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.4**  
**Tanggapan Variabel Manfaat**

No	Manfaat (X3)						Total
	Jawaban Responden						
	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	
1	X3.1	0	0	6	100	19	125
2	X3.2	0	1	10	99	15	125
3	X3.3	0	0	11	89	25	125
4	X3.4	0	0	5	88	32	125
5	X3.5	0	0	19	85	21	125
6	X3.6	0	0	16	84	25	125
<b>Frekuensi</b>		<b>0</b>	<b>1</b>	<b>67</b>	<b>545</b>	<b>137</b>	<b>750</b>
<b>Persentase</b>		<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>9%</b>	<b>73%</b>	<b>18%</b>	<b>100%</b>

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dari hasil penyebaran kuesioner untuk variabel manfaat responden dominan setuju atas pertanyaan- pertanyaan pada variabel manfaat.

#### 4.3.4 Tanggapan Jawaban Responden Variabel Penggunaan Berbagi ZISWAF

Variabel penggunaan berbagi ZISWAF terdiri atas beberapa item pernyataan yang menjadi komponen dari pembentuk variabel. Hal ini dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.5**  
**Tanggapan Variabel Penggunaan Berbagi ZISWAF**

No	Penggunaan Berbagi ZISWAF (Y)						Total
	Jawaban Responden						
	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	
1	Y.1	0	0	10	106	9	125
2	Y.2	1	1	8	85	30	125
3	Y.3	0	0	5	98	22	125
4	Y.4	0	1	3	97	24	125
5	Y.5	0	0	10	88	27	125
6	Y.6	0	0	15	91	19	125
<b>Frekuensi</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>51</b>	<b>565</b>	<b>131</b>	<b>750</b>
<b>Persentase</b>		<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>7%</b>	<b>75%</b>	<b>17%</b>	<b>100%</b>

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwadari hasil penyebaran kuesioner untuk variabel penggunaan berbagi ZISWAF responden dominan setuju atas pertanyaan- pertanyaan pada variabel penggunaan berbagi ZISWAF.

#### 4.4 Deskripsi Data Variabel

Deskripsi data memberikan gambaran atau deskripsi mengenai karakteristik data variabel yang digunakan dalam penelitian. Statistik deskriptif merujuk pada nilai rata-rata, standar deviasi, nilai minimal dan maksimal dari semua variabel penelitian ini yaitu kemudahan (X1), kepercayaan (X2), manfaat (X3), dan penggunaan (Y). Tabel 4.2 menunjukkan nilai statistik deskriptif dari masing-masing variabel.

**Tabel 4.6**  
**Statistik Deskriptif Variabel**

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kemudahan	125	16	30	25.03	1.988
Kepercayaan	125	14	30	24.87	2.268
Manfaat	125	18	30	24.48	1.949
Penggunaan	125	20	30	24.64	1.526
Valid N (listwise)	125				

*Sumber: data diolah (2024)*

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, nilai minimum untuk kemudahan adalah sebesar 16 dan nilai maksimumnya adalah 30 nilai rata-rata sebesar 25,03 dengan nilai standar deviasi sebesar 1,988. Untuk kepercayaan nilai minimum yang didapat yaitu sebesar 14 dan nilai maksimumnya sebesar 30, dengan nilai rata-rata sebesar 24,87 serta standar deviasi sebesar 2,268. Untuk manfaat nilai minimum yang didapat yaitu sebesar 18 dan nilai maksimumnya sebesar 30, dengan nilai rata-rata sebesar 24,48 dengan standar deviasi sebesar 1,949. Kemudian penggunaan mendapat nilai minimum sebesar 20 dan nilai maksimumnya sebesar 30, sedangkan untuk nilai rata-ratanya yaitu 24,64 dengan standar deviasi sebesar 1,526.

### **4.3 Uji Validitas**

Uji validitas merupakan uji untuk melihat valid atau tidaknya kuesioner yang telah kita lampirkan. Pertanyaan dinyatakan valid jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel atau nilai  $p$ -value lebih kecil dari alpha

5%. Uji validitas dalam penelitian dilakukan dengan bantuan software IBM SPSS v.26. hasil mengenai uji validitas dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Kemudahan (X1)**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0.673	0,1757	Valid
P2	0.637		Valid
P3	0.587		Valid
P4	0.529		Valid
P5	0.716		Valid
P6	0.481		Valid

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa 6 item pernyataan pada variabel kemudahan (X1) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,1757.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X2)**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0.706	0,1757	Valid
P2	0.779		Valid
P3	0.679		Valid
P4	0.505		Valid
P5	0.710		Valid
P6	0.646		Valid

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui bahwa 6 item pernyataan pada variabel kepercayaan (X2) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,1757.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas Manfaat (X3)**

Item Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
P1	0.689	0,1757	Valid
P2	0.579		Valid
P3	0.646		Valid
P4	0.492		Valid
P5	0.598		Valid
P6	0.703		Valid

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui bahwa 6 item pernyataan pada variabel manfaat (X3) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung > r tabel dengan nilai r tabel yaitu 0,1757.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Validitas Penggunaan Berbagi ZISWAF (Y)**

Item Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
P1	0.508	0,1757	Valid
P2	0.473		Valid
P3	0.442		Valid
P4	0.511		Valid
P5	0.541		Valid
P6	0.500		Valid

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui bahwa 6 item pernyataan pada variabel penggunaan berbagi ZISWAF (Y) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung > r tabel dengan nilai r tabel yaitu 0,1757.

#### 4.5 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pernyataan selalu konsisten.

Untuk mengetahui reliabel atau tidak suatu variabel dilakukan uji statistik dengan melihat nilai *cronbach alpha*, yaitu apabila *coefficient cronbach's alpha*  $> 0,6$  maka suatu variabel dikatakan handal atau reliabel. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan software IBM SPSS v.26.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Minimal	Keterangan
Kemudahan (X1)	0,740	0,60	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,768		Reliabel
Manfaat (X3)	0,745		Reliabel
Penggunaan berbagi ZISWAF (Y)	0,675		Reliabel

Sumber: data diolah (2024)

Dari tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa *Cronbach's Alpha* variabel kemudahan (X1) sebesar 0,740, variabel kepercayaan (X2) sebesar 0,768, variabel manfaat (X3) sebesar 0,745 dan variabel penggunaan (Y) sebesar 0,675. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel  $> 0,6$  maka dapat disimpulkan seluruh variabel yang diteliti sudah handal atau reliabel.

## 4.6 Uji Asumsi Klasik

### 4.6.1 Uji Normalitas

Ghazali (2018) Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, nilai residu dari regresi mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji *Skewness dan Kurtosis*. Dasar pengambilan keputusannya adalah apabila rasio *skewness dan kurtosis* diantara -2 sampai 2 maka data distibusi normal. Sedangkan jika rasio *skewness dan kurtosis* tidak berada diantara -2 sampai 2 maka datanya tidak terdistribusi secara normal.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Normalitas**

Descriptive Statistics							
	N	Minimum	Maximum	Skewness		Kurtosis	
		Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	125	-2.34365	2.88269	.112	.217	-.504	.430
Valid N (listwise)	125						

Sumber: data diolah (2024) - RANIRYA

Pada tabel 4.8 menunjukkan hasil uji *Skewness-Kurtosis test* memiliki nilai sebagai berikut, nilai *skewness / Std. Error* =  $0,112:0,217 = 0,516$ . Sedangkan nilai *kurtosis / Std. Error* =  $-0,504 :0,430 = -1,172$  Sehingga dapat di asumsikan bahwa normalitas dalam uji *Skewness-Kurtosis test* terpenuhi karena berada pada

rentang -2 sampai 2 dengan rasio *skewness* 0,516 sedangkan rasio *kurtosis* -1,172.

#### 4.6.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila untuk semua variabel independen nilai VIF < 10 atau tolerance > 0,10, maka H0 diterima, hasil perhitungan VIF dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.580	1.528	6.268	.000		
	Kemudahan	.080	.058	1.395	.166	.763	1.310
	Kepercayaan	.130	.056	2.324	.022	.619	1.616
	Manfaat	.401	.063	6.388	.000	.668	1.498
a. Dependent Variable: Penggunaan							

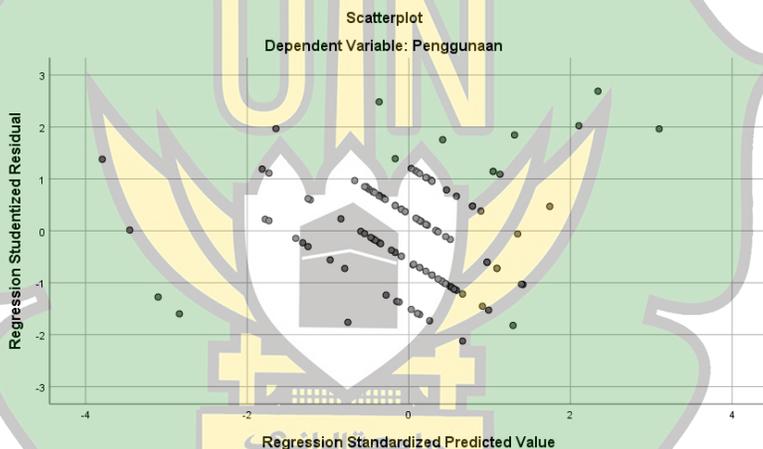
Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, menunjukkan bahwa semua nilai VIF dari masing-masing variabel  $< 10$  dan tolerance  $> 0,10$  sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi kasus multikolinieritas.

#### 4.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan. Sebuah model regresi yang tidak baik adalah yang tidak memiliki gejala heteroskedastisitas.

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Scatterplot**



Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan gambar hasil uji heteroskedastisitas dengan *scatterplot* dapat diketahui bahwa penyebaran titik-titik tersebut rata dan tidak menumpuk pada satu titik serta tidak membentuk sebuah pola, titik-titik tersebut menyebar diatas dan dibawah atau sekitar nol. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

## 4.7 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan manfaat terhadap penggunaan berbagi ZISWAF. Uji ini juga digunakan untuk mencari pola hubungan antara satu variabel terikat (*dependent*) dengan lebih dari satu variabel bebas (*independent*). Hasil pengolahan data pada uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	9,580	1,528		6,268	,000
	Kemudahan	,080	,058	,105	1,395	,016
	Kepercayaan	,130	,056	,193	2,324	,022
	Manfaat	,401	,063	,512	6,388	,000

a. Dependent Variable: Penggunaan

Sumber: data diolah (2024) - RANIRY

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, maka dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

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

$$Y = 9.580 + 0.080X_1 + 0.130X_2 +$$

$$0.401X_3 + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan diatas adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 9,580, artinya jika tingkat kemudahan, kepercayaan, dan manfaat diasumsikan 0 maka penggunaan dalam berbagi ZISWAF di BSI KCP Simpang Surabaya adalah sebesar 9,580 pada skala Likert.
2. Apabila variabel kemudahan (X1) mengalami kenaikan 1 skor secara relatif akan menyebabkan kenaikan variabel penggunaan dalam berbagi ZISWAF di BSI KCP Simpang Surabaya (Y) sebesar 0,080 atau 8,0% dengan asumsi variabel kemudahan (X1) dianggap konstan.
3. Apabila variabel kepercayaan (X2) mengalami kenaikan 1 skor secara relatif akan menyebabkan kenaikan variabel penggunaan dalam berbagi ZISWAF di BSI KCP Simpang Surabaya (Y) sebesar 0,130 atau 13,0% dengan asumsi variabel kepercayaan (X2) dianggap konstan.
4. Apabila variabel manfaat (X3) mengalami kenaikan 1 skor secara relatif akan menyebabkan kenaikan variabel penggunaan dalam berbagi ZISWAF di BSI KCP Simpang Surabaya (Y) sebesar 0,401 atau 40,1% dengan asumsi variabel manfaat (X3) dianggap konstan.

## 4.8 Uji Hipotesis

### 4.8.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk melihat pengaruh tiap-tiap variabel independen secara terpisah atau sendiri-sendiri terhadap variabel dependennya. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS v.26.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.580	1.528		6.268	.000
	Kemudahan	.080	.058	.105	1.395	.016
	Kepercayaan	.130	.056	.193	2.324	.022
	Manfaat	.401	.063	.512	6.388	.000
a. Dependent Variable: Penggunaan						

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, dapat disimpulkan bahwa hasil uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Diketahui nilai signifikan untuk kemudahan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF adalah sebesar  $0,016 < 0,05$  dan nilai t hitung  $1,395 < 1,979$ , dapat disimpulkan bahwa tidak

terdapat pengaruh kemudahan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF.

- 2) Diketahui nilai signifikan untuk kepercayaan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF adalah sebesar  $0,022 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,324 > 1,979$ , dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF.
- 3) Diketahui nilai signifikan untuk manfaat terhadap penggunaan berbagi ZISWAF adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $6,388 > 1,979$ , dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh manfaat terhadap penggunaan berbagi ZISWAF.

#### 4.8.2 Uji Simultan (Uji f)

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS v.26.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Simultan (Uji f)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	138,929	3	46,310	37,388	.000 <sup>b</sup>
	Residual	149,871	121	1,239		
	Total	288,800	124			
a. Dependent Variable: Penggunaan						
b. Predictors: (Constant), Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan						

Sumber: data diolah (2024)

Dari tabel 4.12 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikan untuk pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan manfaat secara simultan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF adalah sebesar

0,000 < 0,05 dan nilai f hitung 37,388 > 2,68, sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan, kepercayaan, dan manfaat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF.

### 4.8.3 Uji Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antar variabel independen yaitu kemudahan (X1), kepercayaan (X2), dan manfaat (X3) dengan variabel dependen penggunaan berbagi ZISWAF (Y) atau sejauh mana kontribusi variabel independen memengaruhi variabel dependen.

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.694 <sup>a</sup>	.481	.468	1.113
a. Predictors: (Constant), Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan				
b. Dependent Variable: Penggunaan				

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,468 atau 46,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan, kepercayaan, dan manfaat hanya mampu menjelaskan penggunaan berbagi ZISWAF sebesar 46,8%, sedangkan 53,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dicantumkan dalam penelitian ini.

## 4.9 Pembahasan Hasil Penelitian

### 4.9.3 Pengaruh Kemudahan Terhadap Penggunaan Berbagi ZISWAF Pada BSI *Mobile*

Berdasarkan uji t pada tabel 4.11, maka diperoleh hasil dari pengujian hipotesis yaitu kemudahan memperoleh nilai yang signifikan sebesar  $0,016 < 0,05$  dan nilai t hitung  $1,395 < 1,979$  sehingga  $H_0$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF. Nilai koefisien regresi variabel kemudahan yaitu sebesar 0,080. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kemudahan dengan penggunaan berbagi ZISWAF. Jika kemudahan ditingkatkan maka penggunaan berbagi ZISWAF pun akan ikut meningkat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Irawan (2022) yang menyatakan bahwa kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan BSI *mobile*. Peneliti tersebut membuktikan bahwa kemudahan yang didapatkan nasabah tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan BSI *Mobile*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian ini yang menyatakan hasil bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF.

Kemudahan yang didapat nasabah belum tentu berpengaruh terhadap penggunaan. Walaupun penggunaan berbagi ZISWAF tersebut disediakan dengan mudah untuk digunakan, tidak semua nasabah menggunakan fitur berbagi ZISWAF di BSI *mobile*

tersebut. Penggunaan teknologi dalam mengelola dan menyalurkan ZISWAF dapat meningkatkan efisiensi dan transparansi, serta mempermudah umat Muslim dalam menunaikan kewajiban dan amal ibadah mereka, akan tetapi tidak semua nasabah menggunakannya pada BSI *mobile* tersebut (Tuankumala & Arminingsih, 2023).

Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian Ernawati dan Noersanti (2020) yang hasil penelitiannya menyatakan bahwasanya kemudahan tidak berpengaruh signifikan penggunaan pada aplikasi OVO di Jakarta Utara. Ambarwati (2019) juga menyebutkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan. Peneliti-peneliti tersebut membuktikan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap penggunaan. Artinya, kemudahan tidak selalu memberikan pengaruh terhadap penggunaan. Kemudahan yang sudah disediakan khususnya kemudahan pada transaksi secara digital tidak semua orang mengaplikasikannya dan menggunakannya pada kehidupannya sehari-hari.

BSI sudah menyediakan BSI *Mobile* sebagai layanan alternatif untuk nasabah melakukan zakat infaq sedekah (ZISWAF) yang dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja melalui jaringan online, akan tetapi walaupun kemudahan yang diperoleh nasabah tersebut tidak mempengaruhi nasabah tersebut melakukan penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI *mobile*, apalagi responden ini rata-rata adalah orang disekitar peneliti, jadi jikalau peneliti melihat dan

menanyakan langsung dengan beberapa responden ini dipastikan jawaban mereka jarang menggunakan *BSI mobile* sebagai fitur penggunaan berbagi ZISWAF. Contohnya adalah, setiap kita melakukan transaksi di *BSI mobile* tentu di akhir transaksinya ada penawaran apakah ingin bersedekah atau tidak dimana nominalnya mulai dari Rp.1.000-Rp.500.000. Untuk ada yang menekan Rp.1.000 saja jarang. Selain itu, hal tersebut juga terbukti di karakteristik responden yang dominan menjawab 1-5 kali pernah melakukan penggunaan berbagi ziswaf pada *BSI mobile*.

Hal lain yang menyebabkan kemudahan tidak berpengaruh adalah salah satunya di indikator pada kemudahan dimana nasabah banyak yang belum dapat memahami fitur berbagi ZISWAF dengan mudah. Padahal *BSI* sudah menyediakan fitur berbagi ZISWAF pada *BSI Mobile* dengan tujuan agar mempermudah nasabah melakukan penggunaan berbagi ZISWAF dengan mudah.

#### **4.9.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Penggunaan Berbagi ZISWAF Pada *BSI Mobile***

Berdasarkan uji  $t$  pada tabel 4.11, maka diperoleh hasil dari pengujian hipotesis yaitu kepercayaan memperoleh nilai yang signifikan sebesar  $0,022 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $2,324 > 1,979$  sehingga  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF. Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan yaitu sebesar 0,080. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kemudahan dengan penggunaan berbagi ZISWAF.

Jika kepercayaan ditingkatkan maka penggunaan berbagi ZISWAF pun akan ikut meningkat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nuranti (2024) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan fitur ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf) pada Mobile Banking Bank Syariah, peneliti tersebut membuktikan bahwasanya kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF, dimana semakin tinggi kepercayaan yang didapatkan nasabah maka semakin tinggi pula penggunaan berbagi ZISWAF yang dilakukan pada BSI *mobile*.

menekankan bahwa kepercayaan adalah faktor kunci dalam adopsi dan penggunaan layanan digital. Untuk BSI *Mobile*, kepercayaan terhadap keamanan, privasi, dan integritas bank syariah merupakan determinan penting dalam mendorong penggunaan fitur ZISWAF. BSI harus terus memperkuat elemen-elemen ini untuk meningkatkan adopsi dan kepuasan pengguna terhadap fitur ZISWAF. Kepercayaan juga meningkatkan keyakinan pengguna terhadap keamanan dan privasi transaksi, yang relevan untuk konteks ZISWAF di BSI *Mobile* (Alalwan, et al., 2019).

Hal yang membuat kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan berbagi ZISWAF ialah karena nasabah percaya bank sebagai penyedia layanan berbagi ZISWAF mampu menjaga keamanan pada saat saya melakukan transaksi, kemudian nasabah juga percaya transaksi berbagi ZISWAF bisa di percaya tanpa harus bertemu langsung dengan pihak bank dan kerahasiaan data dalam

bertransaksi berbagi ZISWAF akan terjaga serta nasabah percaya dana berbagi ZISWAF tidak akan disalahgunakan oleh pihak bank.

#### **4.9.5 Pengaruh Manfaat Terhadap Penggunaan Berbagi ZISWAF Pada BSI *Mobile***

Berdasarkan uji t pada tabel 4.11, maka diperoleh hasil dari pengujian hipotesis yaitu manfaat memperoleh nilai yang signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $6,388 > 1,979$  sehingga  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF. Nilai koefisien regresi variabel manfaat yaitu sebesar 0,401. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara manfaat dengan penggunaan berbagi ZISWAF. Jika manfaat ditingkatkan maka penggunaan berbagi ZISWAF pun akan ikut meningkat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Arwanita (2022) yang menyatakan bahwa manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan membayar ZISWAF melalui BSI *Mobile*. Peneliti tersebut menunjukkan bahwasanya semakin meningkat manfaat maka semakin meningkat juga penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI *Mobile*. Selain itu, penggunaan berbagi zakat, infak, dan sedekah (ZISWAF) melalui BSI *Mobile* memiliki dampak yang signifikan.

Dari segi manfaat, penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI *Mobile* memberikan kontribusi yang besar dalam membantu mereka yang membutuhkan. Melalui *platform* ini, para pengguna dapat dengan mudah menyalurkan bantuan mereka kepada orang-orang

yang membutuhkan, baik itu dalam bentuk zakat, infak, sedekah, maupun wakaf. Selain itu, penggunaan *BSI Mobile* juga memungkinkan para donatur untuk melacak dan memantau langsung penggunaan dana mereka, sehingga memastikan bahwa bantuan yang diberikan benar-benar tepat sasaran dan efektif. Dengan demikian, penggunaan berbagi ZISWAF melalui *BSI Mobile* akan memberikan manfaat bagi mereka yang membutuhkan (Nugraha, 2023).

Hal yang membuat manfaat berpengaruh terhadap penggunaan berbagi ZISWAF ialah karena sesuai dengan indikator manfaat pada kuesioner yang dinyatakan oleh nasabah dimana nasabah manfaat yang didapatkan nasabah sangat banyak, salah satunya lebih cepat melakukan transaksi sedekah dengan menggunakan fitur berbagi ZISWAF, nasabah dapat menggunakan fitur berbagi ZISWAF yang memungkinkan berdonasi secara efektif, kemudian menggunakan fitur berbagi ZISWAF mendukung aktivitas nasabah dalam bersedekah dan bermanfaat bagi nasabah serta dapat lebih mudah untuk membayar ZISWAF melalui fitur berbagi ZISWAF yang sangat memberikan manfaat bagi nasabah.

#### **4.9.6 Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Manfaat Terhadap Penggunaan Berbagi ZISWAF Pada *BSI Mobile***

Berdasarkan uji  $f$  pada tabel 4.12, maka diperoleh hasil dari pengujian hipotesis yaitu kemudahan, kepercayaan, dan manfaat memperoleh nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $f$  hitung  $37,388 > 2,68$  sehingga  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa

kemudahan, kepercayaan, dan manfaat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI *mobile*.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian Ibrahim dan Rosman (2019) yang menyatakan bahwa kemudahan, kepercayaan, dan manfaat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF. Artinya, dengan adanya kemudahan akses, kepercayaan yang terbangun, dan manfaat yang diperoleh, penggunaan berbagi ZISWAF melalui BSI *Mobile* dapat menjadi solusi yang efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan berbagi dan menyalurkan bantuan kepada mereka yang membutuhkan. Kemudahan, kepercayaan, dan manfaat apabila ditingkatkan secara bersama juga akan meningkatkan penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI *mobile* dikarenakan penelitian ini memiliki pengaruh yang positif.

BSI *Mobile* memberikan kemudahan bagi para donatur untuk melakukan berbagi ZISWAF dengan cepat dan efisien (Khalaf, 2020). Transparansi dan keamanan adalah faktor penting dalam membangun kepercayaan para donatur terhadap penggunaan berbagi ZISWAF melalui BSI *Mobile*. Dengan adanya sistem yang transparan dan akuntabel, para donatur merasa yakin bahwa bantuan yang mereka berikan akan digunakan dengan baik dan tepat sasaran penggunaan BSI *Mobile* memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat (Hakiem & Purnama, 2020). Para donatur dapat merasakan kepuasan moral dan spiritual karena telah membantu sesama, sementara penerima manfaat dapat merasakan dampak

positif dari bantuan yang diterima, baik secara ekonomi maupun sosial.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang sudah dilaksanakan terkait determinan nasabah BSI KCP Simpang Surabaya bertransaksi menggunakan Berbagi ZISWAF pada BSI *Mobile*, maka bisa ditarik kesimpulannya bahwa:

- 1) Variabel kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil uji t pada tabel 4.11, maka diperoleh hasil dari pengujian hipotesis yaitu kemudahan memperoleh nilai yang signifikan sebesar  $0,016 < 0,05$  dan nilai t hitung  $1,395 < 1,979$  sehingga  $H_0$  diterima. Berdasarkan uji regresi linear berganda, variabel kemudahan memperoleh nilai koefisien sebesar 0,080. Jadi dapat disimpulkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF.
- 2) Variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil uji t pada tabel 4.11, maka diperoleh hasil dari pengujian hipotesis yaitu kepercayaan memperoleh nilai yang signifikan sebesar  $0,022 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,324 > 1,979$  sehingga  $H_0$  ditolak. Berdasarkan uji regresi linear berganda, variabel kepercayaan memperoleh nilai koefisien sebesar 0,080. Jadi dapat

disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF.

- 3) Variabel manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil uji t pada tabel 4.11, maka diperoleh hasil dari pengujian hipotesis yaitu manfaat memperoleh nilai yang signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $6,388 > 1,979$  sehingga  $H_0$  ditolak. Berdasarkan uji regresi linear berganda, variabel manfaat memperoleh nilai koefisien sebesar 0,401. Jadi dapat disimpulkan bahwa manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF.
- 4) Variabel kemudahan, kepercayaan, dan manfaat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI *mobile*. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil uji f pada tabel 4.12, maka diperoleh hasil dari pengujian hipotesis yaitu kemudahan, kepercayaan, dan manfaat memperoleh nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai f hitung  $37,388 > 2,68$  sehingga  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kemudahan, kepercayaan dan manfaat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan berbagi ZISWAF pada BSI *mobile*.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan di atas peneliti menyadari masih banyak terdapat kekurangan didalamnya dan jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, untuk memperoleh gambaran sebagai bahan pertimbangan dan perbaikan oleh peneliti berikutnya yang terkait dengan peneliti pembandingan, maka penulis mengajukan saran sebagai berikut:

1. Bagi Akademis, diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menambah variabel-variabel tambahan terkait yang memiliki hubungan dan lebih banyak menambah referensi baru untuk bahan pembandingan sebagai referensi ilmu pengetahuan dan juga menambah wawasan baru untuk penelitian selanjutnya.
2. Bagi Perbankan, diharapkan untuk memperhatikan indikator-indikator terkait kemudahan, kepercayaan dan manfaat yang berpengaruh terhadap penggunaan berbagai ZISWAF pada BSI *Mobile* dengan cara tetap mempertahankan atas pelayanan fitur yang terdapat pada *mobile banking* atau bahkan meningkatkan pelayanannya untuk meningkatkan daya tarik nasabah dan diiringi dengan meningkatkan promosi layanan *mobile banking* dengan memberikan informasi yang jelas baik secara langsung maupun tidak langsung kepada nasabah terkait semua fungsi dan manfaat dari fitur *mobile banking* serta tata cara penggunaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39.
- Adyas. (2019). Kemudahan penggunaan dalam sistem informasi: Pendekatan konseptual dan aplikasinya. *Jurnal Informatika Bisnis*, 6(3), 150-165.
- Agus, B. (2020). M-Banking: Tinjauan konseptual dan implementasi praktis. *Jurnal Teknologi Keuangan Digital*, 2(1), 45-58.
- Agustina, R., Afriana, R. A., & Safrina, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* pada PT Bank Bukopin Tbk Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 255–268.
- Ahsan, F. M., & Sukmana, R. (2020). Pengumpulan Dan Pengelolaan Zakat, Infaq Dan Shodaqoh (Lazis Muhammadiyah Lamongan). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(12), 2393.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2019). "Factors influencing adoption of mobilebanking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust." *International Journal of Information Management*, 50, 161-175.
- Alalwan, A. A., Baabdullah, A. M., Rana, N. P., Tamilmani, K., & Dwivedi, Y. K. (2018). *Examining Adoption of MobileInternet in Saudi Arabia: Extending TAM With Perceived Enjoyment, Innovativeness and Trust. Technology in Society*, 55, 100–110. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2018.06.007>.
- Alfin, S. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Muslim Milenial Dalam Membayar Zakat Secara Online Melalui Platform Fintech (Studi Empiris pada Muzaki Milenial

- di Wilayah Jabodetabek). *Skripsi UIN Alauddin Makassar*, 1, 1–171.
- Alfin, S. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Muslim Milenial Dalam Membayar Zakat Secara Online Melalui Platform Fintech (Studi Empiris pada Muzaki Milenial di Wilayah Jabodetabek). *Skripsi UIN Alauddin Makassar*, 1, 1–171.
- Allamah, R., Sudiarti, S., & Saputra, J. (2021). Peran Zakat, Infaq, Shadaqah dan Wakaf dalam Memberdayakan Ekonomi Ummat. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 35–46.
- Amanullah, B. (2014). Peran kemudahan penggunaan dalam keputusan penggunaan layanan *MobileBanking*. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 11(1), 45–58.
- Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa STIE AUB Surakarta. *Journal of Business and Management*, 6(2).
- Aningsih, I. (2019). Pengaruh Pendapatan, Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membayar Zakat Maal Laz-Uq Jombang. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2, 99–109.
- Anggraini, R., & Indrarini, A. (2022). Minat membayar zakat melalui platform digital: Pendekatan konseptual dan implikasinya. *Jurnal Manajemen Zakat Online*, 5(1), 30-45.
- Apsari, P. I., Setiyowati, A., & Huda, F. (2022). *Implementation Of Synergy Of ZIS Fund Management In Sharia Banking And Zakat Management Organizations (OPZ) For Strengthening The Zakat Ecosystem: Literature Study Of Indonesian Sharia Bank (BSI) And The National Zakat Amil Board (BAZNAS)*. *Islamic Banking and Finance Journal*, 6(1), 1–16.
- Arta, T. L. F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan E-Service Quality* Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*,

- Arwanita, D. (2022). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infaq, Sedekah Dan Wakaf Melalui BSI Mobile (Studi Pada Nasabah BSI KCP Bandar Lampung Kedaton). Skripsi UIN Raden Intan Lampung.
- Asmy, M., Mohd, B., Bin, A., Pitchay, A., Bin, H., Thas, M., & Amin, F. Bin. (2019). *Factors Influencing Consumers' Adoption Of Islamic Mobile Banking Services In Malaysia An Approach Of Partial Least Squares (PLS)*.
- Asriani, Putri, N., Kurniawan, S., & Sani, A. (2022). Pengaruh Personal Selling Terhadap Peningkatan Penjualan Alat Tulis pada CV. Etalase Mitra Jaya di Wajo pada Masa Lockdown Pandemi Covid 19. *Amkop Management Accounting Review*, 2(1), 13–19.
- Astuti, W., & Prijanto, B. (2021). Faktor yang Memengaruhi Minat Muzaki dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.com: Pendekatan *Technology Acceptance Model* dan *Theory of Planned Behavior*. *Al-Muzara'Ah*, 9(1), 21–44.
- Astutik, Y. (2021). Baznas: Potensi Ziswaf RI Lebih dari Rp 500 Triliun. *Cnbcindonesia.Com*.
- Aziza. (2020). Kemudahan penggunaan dalam layanan konsumen: Tinjauan konseptual dan implikasinya. *Jurnal Manajemen Layanan Konsumen*, 7(2), 90-105.
- Azizah, P., Witi, A., & Seri, E. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Credibility* Terhadap Keputusan Menggunakan M- Banking Dimasa Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Budgeting*, 1, 53–62.
- Azizi. (2020). Konsep kepercayaan dalam hubungan transaksional: Pendekatan konseptual. *Jurnal Psikologi Bisnis*, 7(1), 18-30.

- Badaruddin, A., & Risma, F. (2021). Penyelarasan fitur produk dengan tawaran produk: Studi kasus pada industri teknologi. *Jurnal Manajemen Produk*, 8(2), 75-88.
- BWI. (2022). Indeks Wakaf Nasional 2022. Badan Wakaf Indonesia. <https://www.bwi.go.id/8706/2023/04/16/indeks-wakaf-nasional-2022/>
- Bank Indonesia. (2021). Laporan Perekonomian Indonesia 2021. In [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id). [https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/LPI\\_2021.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/LPI_2021.aspx)
- Bank Syariah Indonesia. (2021). BSI Ambil Peran Penting dalam Optimalisasi ZISWAF di Indonesia. [Bankbsi.Co.Id](https://www.bankbsi.co.id). <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-ambil-peran-penting-dalam-optimalisasi-ziswaf-di-indonesia> text Per Maret lalu%2C ada sekitar Rp3%2C26 miliar dana,total transaksinya mencapai 303 ribu pada periode tersebut
- Bank Syariah Indonesia. (2022). Sejarah Perusahaan. <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>
- Batubara, H. (2021). *Mobilebanking*: Kemudahan layanan perbankan melalui smartphone. *Jurnal Perbankan dan Keuangan Digital*, 8(1), 45-58.
- Cahyo, A. (2014). Tingkat manfaat dalam penggunaan sistem informasi. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 3(2), 98-110.
- CNCB Indonesia. January 25, 2021, accessed on February 11, 2023 <<https://www.cnbcindonesia.com/market/20210125105045-17-218433/jokowi-siap-sambut-raksasa-baru-keuangan-syariah>>
- Damayanti. (2019). Pengaruh Online *Customer Review And Rating, E-Service Quaity dan Price* Terhadap Minat Beli Pada *Online Marketplacr Sshopee*. *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern*, 684-693.

- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339.
- Ekacahyanti, F. N. (2020). Analisis Preferensi Muzakki Dalam membayar Zakat Secara Online. *Mambayar Zakat Secara Online, Zakat Secara Online*, 1–16.
- Ernawati, N. & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(2).
- Fadilla, A. (2022). Kemudahan Penggunaan Teknologi dan Pengaruhnya terhadap Pengguna. *Pustaka Teknologi*.
- Fadlan, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan *MobileBanking* (Studi Pada Mahasiswa Pengguna *Mobilebanking* Universitas Brawijaya). 121.
- Fahmy, R. (2020). Hubungan antara perceived usefulness dengan kinerja individu dalam organisasi. *Jurnal Manajemen Organisasi*, 8(2), 130-145.
- Fatuh, M. (2017). Perceived usefulness dalam penggunaan teknologi di tempat kerja. *Jurnal Teknologi Kerja*, 4(1), 34-47.
- Febiana, N., Tandjung, H., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Literasi Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS), Kepercayaan, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 291–313.
- Febrianti, R., Kusuma, H., & Santoso, D. (2021). BSI Mobile: Inovasi layanan perbankan digital di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(3), 223-234.
- Fernando, E., Suryanto, Surjandy, & Meyliana. (2019). *Analysis of the Influence of Consumer Behavior Using FinTech Services*

with SEM and TOPSIS. *International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, 1(August), 93–97.

- Ghofur, R.A., & Ichwan, A. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan teknologi: Pendekatan konseptual dan analisis empiris. *Jurnal Teknologi Informasi*, 7(1), 45-58.
- Ghozali, (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan. (2018). Uji asumsi distribusi normalitas residual dalam analisis regresi: Panduan praktis untuk penelitian. *Jurnal Statistik Terapan*, 5(2), 90-105.
- Habibah, N. (2021). Pengaruh Penyaluran Ziswaf Dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Kesenjangan Pendapatan di Indonesia Tahun 2011-2019. *Skripsi IAIN Tulungagung*.
- Hakim, F., & Purnama, R. (2020). Transparansi dan akuntabilitas dalam penggunaan bantuan melalui BSI Mobile: Analisis persepsi para donatur. *Jurnal Manajemen Keuangan dan Teknologi*, 8(1), 34-47.
- Hakim, A., & Rahmanungsi, B. (2022). Pengaruh kemampuan terbaru BSI Mobile terhadap persepsi donatur: Studi kasus di Indonesia. *Jurnal Manajemen Zakat*, 9(2), 78-89.
- Hazrati, A. (2019). *Analisis Sistem Pengelolaan Zakat Sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Baitul Mal Kota Banda Aceh* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).
- Ibrahim, A., & Rosman, R. (2019). Pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan manfaat terhadap penggunaan berbagai ZISWAF: Pendekatan analisis regresi. *Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf*, 6(1), 45-58.
- Ichwan, A. (2020). Pengaruh *Technology Acceptance Model*

- Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 129–135.
- Ilyas, F. N. H. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat Di Lazismu Kota Makassar. *Universitas Muhammadiyah Makassar*, 99.
- Iqbal, R., Rahman, A., & Pratama, D. (2021). Fitur *MobileBanking* dan penggunaannya: Perspektif nasabah. *Jurnal Teknologi Keuangan Digital*, 7(3), 210-225.
- Irawan, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan BSI *Mobile* (Studi pada pengguna BSI *Mobiledi* Kota Makassar). *Skripsi*, UIN Alauddin Makassar.
- Isma. (2023). BSI Maslahat Salurkan ZISWAF dan CSR Rp 187,6 Miliar di 2022. *InfoPublik*. <https://infopublik.id/kategori/nasional-ekonomibisnis/711067/bsi-maslahat-salurkan-ziswaf-dan-csr-rp187-6-miliar-di-2022>.
- Isnaini, L.R., Ibdalsyah., & Qosim, A.M. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan berdonasi terhadap efektivitas penyaluran bunga ZIS melalui fintech crowdfunding: Studi kasus di Indonesia. *Jurnal Manajemen Keuangan dan Teknologi*, 7(2), 78-89.
- Jaharuddin. (2020). *Manajemen Wakaf Produktif Potensi, Konsep, dan Praktik*. DI. Yogyakarta: Kaizan Sarana Edukasi.
- Janie. (2012). Evaluasi interpretasi nilai R-squared dalam analisis regresi: Studi kasus dalam penelitian kuantitatif. *Jurnal Statistik Terapan*, 9(1), 34-47.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi Offset.
- Joni, Yulianti, R., & Hamdiah, C. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan mobile banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh). 4(2), 56–63
- Juliyanti, D. N., Miftah, A., & Prasaja, A. S. (2023). Keputusan

- Nasabah untuk Berinfaq saat Tarik Tunai di ATM (Automatic Teller Mechine) Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi. 3(1), 106.
- Juni. (2017). Peran kepercayaan dalam perilaku konsumen: Pendekatan psikologis. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 110-125.
- Karmanto, D., & Baskoro, H. (2020). Faktor-faktor yang memengaruhi minat muzaki dalam pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui platform digital. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 7(3), 180-195.
- Klapper, L., & Singer, D. (2018). "Financial Inclusion and Inclusive Growth: A Review." *World Bank Policy Research Working Paper*.
- Khalaf. (2020). Peran kemudahan dalam berbagi ZISWAF melalui BSI Mobile: Studi kasus di Indonesia. *Jurnal Teknologi Keuangan Islam*, 7(2), 90-105.
- Khusna, A. F. (2019). Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Preferensi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri (IAIN Tulungagung).
- Lestari, N. R., & Rachmat, B. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Internet Banking Nasabah Bank BRI Di Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 8(1).
- Lubis, A. (2021). BSI Mobile: Kemudahan transaksi perbankan syariah melalui aplikasi smartphone. *Jurnal Teknologi dan Keuangan Syariah*, 9(4), 210-220.
- Maharani. (2019). Peran kepercayaan dalam transaksi ekonomi: Tinjauan historis. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 90-105.
- Manggita, Y. (2021). *Determinan minat mahasiswa perbankan syariah bertransaksi di bank syariah* (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidimpuan).

- Marlizar, S. (2020). Peran kebermanfaatan dalam meningkatkan kinerja dan produktivitas. *Jurnal Kepemimpinan dan Manajemen*, 7(3), 180-195.
- Miswan. (2019). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Industri Keuangan Syariah Di Jawa Tengah.
- Mokhlis, S. (2018). "Revisiting the Role of Islamic Banking: A New Perspective." *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*.
- Mohamad, N., Hussin, N. E., & Mohamad, N. M. (2020). The Impact of Zakat on Economic Growth in Malaysia. 1(2), 32–36.
- Mostafa, R. B. (2020). Mobile banking service quality: a new avenue for customer value co-creation. *International Journal of Bank Marketing*, 38(5), 1107–1132.
- Nugraha, A.H. (2023). Intensi Dan Perilaku Penggunaan Menu Berbagi-ZISWAF. *Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah*. Jakarta
- Nuranti, L.A. (2024). Analisis Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Nasabah dalam Penggunaan Fitur ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf) pada Mobile Banking Bank Syariah.
- Pramukty. (2022). Meningkatkan loyalitas nasabah melalui kepercayaan pada layanan mobile banking: Studi kasus di Indonesia. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 9(1), 34-47.
- Puguh Suharso. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis*. Jakarta: Permata Puri Media, h. 3.
- Putra, A., & Husna, R. (2019). Perceived usefulness dalam pengambilan keputusan penggunaan sistem informasi. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 6(2), 89-102.
- Rahmawati, S., Hartati, D., & Susanti, L. (2022). Pengaruh fitur Mobile Banking terhadap kepuasan nasabah: Studi kasus di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 15(1), 34-47.

Republika. October 13, 2020, accessed on February 11, 2023  
<<https://www.republika.id/posts/10903/merger-perkuat-bisnis-bank-syariah>>

- Rohmah, I. L., Ibdalsyah, I., & Kosim, A. M. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Berdonasi, Dan Efektifitas Penyaluran Menggunakan Fintech Crowdfunding Terhadap Minat Membayar Zakat, Infaq, Shadaqoh [*The Influence of Perceived Ease of Donating, and Effectiveness of Distribution Using Fintech Crowdfunding on. Kasaba: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 42–51.
- Rostiana, S.A. (2021). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berzakat secara online: Studi kasus pada generasi muslim milenial di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Keuangan Islam*, 8(2), 90-105.
- Rousseau, M., et al. (2017). Konstruksi kepercayaan dalam hubungan konsumen: Tinjauan psikologis. *Jurnal Psikologi Sosial*, 21(3), 112-128.
- Sari, D. M. (2021). Peran bank dalam penyaluran dana dari unit surplus ke unit defisit. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 12(2), 98-110.
- Siagian, A., & Tambunan, B. (2022). *Mobilebanking: Layanan perbankan melalui telepon seluler*. *Jurnal Teknologi dan Keuangan*, 14(2), 101-115.
- Sidik, S. (2021). Gegara Ini, *MobileBanking* Bank Syariah Indonesia Melesat
- Srikandi, A. (2022). Strategi kemitraan BSI dengan regulator dalam pengembangan layanan keuangan syariah. *Jurnal Keuangan Islam*, 10(1), 45-58.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi* (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 11.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Bumi Aksara. 2001). h. 75.

- Sulistiyono, A., & Sulistiyowati, B. (2017). Pengantar analisis regresi berganda: Konsep dasar dan aplikasi praktis. *Jurnal Statistik Terapan*, 4(2), 78-89.
- Soemarso, A. (2018). Hubungan antara kemampuan menggunakan teknologi dengan manfaat yang diperoleh. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 5(2), 78-89.
- Suhayati, E., Rizki, A., & Hanafi, M. (2022). Fitur-fitur unggulan pada BSI Mobile untuk memudahkan transaksi nasabah. *Jurnal Teknologi Keuangan Syariah*, 11(2), 150-165.
- Suprayitno, E. (2020). The Impact of Zakat on Economic Growth in 5 State in Indonesia. *International Journal of Islamic Banking and Finance Research*, 4(1), pp. 1-7.
- Sutarno, A. (2012). Peran bank syariah dalam mendukung investasi dan bisnis yang sesuai prinsip Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 5(3), 134-145.
- Syafiq, A. (2018). Peningkatan Kesadaran Masyarakat dalam Menunaikan Zakat, Infaq, Sedekah dan Wakaf (ZISWAF). *ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf*, 5 (2).
- Tambunan, B. (2022). *Mobilecommerce: Transformasi digital dalam dunia perbankan*. *Jurnal Keuangan Digital*, 10(1), 75-89.
- Tuankumala, M.A., & Arminingsih, D. (2023). Peran Teknologi dalam Meningkatkan Efisiensi dan Transparansi Penyaluran Dana ZIS (Zakat, Infak dan Sedekah) pada Lembaga Amil Zakat Dompot Ummat Kalimantan Barat. *Prosiding Seminar Nasional Program Studi Ekonomi Islam*, 1.
- Ubabuddin & Nasikhah, U. (2021). Peran Zakat, Infaq dan Shadaqah Dalam Kehidupan, *Jurnal Ilmiah Al-Muttaqin*, h. 60-76.
- Ulya, F. N., Qoyyimah, Q., & Hana, K. F. (2022). Analysis Of Customer Interest and Satisfaction Toward BSI Mobile Banking Service. *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 113.

- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Widanengsih, E. (2021). Technology Acceptance Model to Measure Customer'S Interest to Use Mobile Banking. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(1), 73–82.
- Widiyanti, S. (2020). Perceived usefulness dalam konteks sistem informasi. *Jurnal Informatika Bisnis*, 5(3), 210-225.
- Yetti, N. (2022). *Inovasi dalam Sistem Teknologi Informasi*. Penerbit Inovasi.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(4), 1-7.
- Yuliawan, E. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualias Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 12(1), 34-49.
- Ziyad. (2019). Persepsi kepercayaan nasabah terhadap bank: Implikasi praktis dalam pemasaran. *Jurnal Pemasaran Bisnis*, 6(1), 45-58.

AR - R A N I R Y

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Angket/Kuesioner Penelitian

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Dengan Hormat, Bapak/Ibu/Saudara/I yang saya hormati sehubungan dengan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi, yang berjudul “Determinan Bertransaksi Menggunakan Berbagi ZISWAF Pada BSI Mobile (Studi Kasus Pada BSI KCP Simpang Surabaya), saya:

Nama : Eka Fatmawati

NIM : 200603079

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Bermaksud untuk memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengisi angket ini menjadi bantuan yang sangat berarti bagi saya untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini. Saya menjamin kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I berikan dan hasilnya akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas kesediaan waktunya dari Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengisi angket ini saya ucapkan terimakasih banyak.

جامعة الرانيري  
AR - RANIR *Wassalamu'alaikum wr.wb.*

Hormat Saya,

Eka Fatmawati

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

1.	Nama		
2.	Alamat		
3.	Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Laki-laki	<input type="checkbox"/> Perempuan
4.	Usia	<input type="checkbox"/> 18 - 20 Tahun <input type="checkbox"/> 21- 30Tahun <input type="checkbox"/> 31- 40 Tahun	<input type="checkbox"/> 41-50 Tahun <input type="checkbox"/> > 50 Tahun
5.	Pendidikan Terakhir	<input type="checkbox"/> SMA/Sederajat <input type="checkbox"/> DIPLOMA III <input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> S2 <input type="checkbox"/> Lainnya....
6.	Pendapatan	<input type="checkbox"/> < Rp 1.000.000 <input type="checkbox"/> Rp 1.100.000-3.000.000 <input type="checkbox"/> Rp 3.100.000-5.000.000	<input type="checkbox"/> Rp 5.100.00-10.000.000 <input type="checkbox"/> > Rp 10.000.000
7.	Perkerjaan	<input type="checkbox"/> Karyawan/Buruh <input type="checkbox"/> PNS/Honoror <input type="checkbox"/> Pegawai swasta/Wiraswasta	<input type="checkbox"/> Wirausaha <input type="checkbox"/> Petani <input type="checkbox"/> Lainnya...
8.	Berapa kali pernah melakukan transaksi berbagi ZISWAF melalui BSI <i>Mobile</i>	<input type="checkbox"/> 1-5 kali <input type="checkbox"/> 6-10 kali <input type="checkbox"/> > 10 kali	
9	Saya mempunyai aplikasi BSI <i>Mobile</i>	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak	
10	Berdomisili di Banda aceh	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak	

## Pertanyaan Penelitian

Pada dasarnya penelitian ini semata-mata bersifat ilmiah untuk mendapatkan data bagi penulis. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberi tanda (✓) pada kotak yang sesuai dengan pilihan anda. Pada masing – masing pernyataan terdapat empat alternatif jawaban yang mengacu pada teknik skala Likert, yaitu:

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

Data responden dan semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya, oleh sebab itu dimohon untuk mengisi kuesioner dengan sebenarnya dan seobjektif mungkin. Cara Pengisian Berilah tanda checklist (✓) pada jawaban yang Anda pilih.

### A. PERNYATAAN

#### 1. Kemudahan

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya dapat memahami fitur berbagi ZISWAF dengan mudah					
2.	Saya merasakan fitur berbagi ZISWAF mudah di aplikasikan					
3.	Saya dapat mengoperasikan fitur berbagi ZISWAF sesuai dengan kebutuhan					
4.	Saya dapat melakukan transaksi berbagi ZISWAF kapan saja					
5.	Saya dapat melakukan transaksi berbagi ZISWAF dimana saja					
6.	Saya dapat menggunakan fitur berbagi ZISWAF selama tersedia jaringan internet					

## 2. Kepercayaan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya percaya bank sebagai penyedia layanan berbagi ZISWAF mampu menjaga keamanan pada saat saya melakukan transaksi					
2.	Saya yakin fitur berbagi ZISWAF yang ditawarkan pihak bank dapat dipercaya kelancarannya					
3.	Saya percaya transaksi berbagi ZISWAF dapat di percaya tanpa harus bertemu langsung dengan pihak bank					
4.	Saya percaya kerahasiaan data dalam bertransaksi berbagi ZISWAF akan terjaga					
5.	Saya menganggap fitur berbagi ZISWAF tidak memiliki risiko yang berarti					
6.	Saya percaya dana berbagi ZISWAF tidak akan disalahgunakan oleh bank					

## 3. Manfaat

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya dapat lebih mudah untuk membayar ZISWAF melalui fitur berbagi ZISWAF					
2.	Dengan menggunakan fitur berbagi ZISWAF wawasan saya bertambah					
3.	Saya menggunakan fitur berbagi ZISWAF memungkinkan berdonasi secara efektif					
4.	Saya lebih cepat melakukan transaksi sedekah dengan					

	menggunakan fitur berbagi ZISWAF					
5.	Saya menggunakan fitur berbagi ZISWAF mendukung aktivitas saya					
6.	Saya merasa fitur berbagi ZISWAF membuat kinerja lebih baik					

#### 4. Penggunaan Fitur Berbagi ZISWAF

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mengetahui cara pembayaran ZISWAF melalui BSI <i>mobile</i>					
2.	Saya menggunakan fitur berbagi ZISWAF jika memang sesuai dengan yang saya butuhkan					
3.	Saya menggunakan fitur berbagi ZISWAF karena dapat memudahkan dalam penyaluran zakat, infaq, sedekah dan wakaf					
4.	Saya mendapatkan manfaat dari menggunakan fitur ZISWAF					
5.	Saya merasa senang dapat bertransaksi ZISWAF... melalui <i>mobilebanking</i>					
6.	Saya menggunakan fitur berbagi ZISWAF karena keinginan sendiri					

**Lampiran 2 Tabulasi Data Hasil Pengisian Angket 125  
Responden**

**Tabel Angket Kemudahan (X1)**

Kemudahan							
No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	3	4	4	5	5	5	26
2	4	3	3	4	3	4	21
3	5	4	4	4	5	4	26
4	4	4	4	5	5	5	27
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	5	4	5	4	5	27
7	3	4	4	4	4	4	23
8	4	3	3	4	4	3	21
9	4	4	3	4	4	4	23
10	3	4	4	4	4	4	23
11	3	4	3	4	4	4	22
12	3	3	3	3	3	3	18
13	4	4	4	3	5	5	25
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	5	4	4	4	25
16	4	4	4	4	4	5	25
17	3	4	3	4	4	4	22
18	4	5	4	4	4	5	26
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	5	5	4	26
21	4	4	4	5	5	4	26
22	4	4	4	3	3	3	21
23	3	4	3	4	4	3	21
24	3	4	4	4	4	4	23
25	3	2	3	3	2	3	16
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	5	5	4	4	4	27
28	5	5	5	4	5	5	29
29	4	4	4	4	4	5	25
30	1	4	3	3	4	5	20
31	3	4	3	5	5	5	25
32	4	4	3	4	4	4	23
33	5	5	5	5	5	5	30

34	5	4	3	5	5	5	27
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	5	4	5	4	4	26
37	4	5	4	4	4	4	25
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	4	4	4	24
40	5	5	4	4	4	4	26
41	4	4	4	5	4	4	25
42	3	4	4	4	4	4	23
43	3	4	4	4	4	4	23
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	4	4	4	24
46	5	4	4	4	4	4	25
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	3	4	4	4	23
49	4	4	3	4	4	4	23
50	3	4	3	4	4	4	22
51	3	4	5	4	4	4	24
52	4	4	5	4	4	4	25
53	4	4	5	4	4	4	25
54	4	4	5	4	4	4	25
55	4	4	5	4	5	4	26
56	4	4	5	5	5	4	27
57	4	4	5	5	5	4	27
58	4	4	5	5	5	4	27
59	4	4	4	5	5	4	26
60	4	4	4	5	5	5	27
61	4	5	4	4	5	5	27
62	4	5	4	4	5	4	26
63	5	5	4	4	5	4	27
64	4	4	4	5	5	4	26
65	4	4	4	5	5	4	26
66	4	4	5	5	4	3	25
67	4	4	5	5	4	3	25
68	4	4	5	5	4	3	25
69	4	4	4	5	4	3	24
70	4	4	4	5	4	3	24
71	4	4	4	5	4	4	25
72	4	4	5	5	4	4	26

73	4	4	5	5	4	4	26
74	4	4	5	5	4	4	26
75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	4	4	4	4	5	25
77	4	4	4	4	4	5	25
78	4	4	5	4	4	5	26
79	4	4	5	4	4	5	26
80	4	4	4	4	4	5	25
81	4	4	4	4	5	5	26
82	4	4	4	4	5	5	26
83	4	4	5	4	5	5	27
84	4	4	3	4	5	5	25
85	3	4	3	4	5	5	24
86	4	4	4	4	5	4	25
87	5	4	4	4	5	4	26
88	5	4	4	4	5	4	26
89	4	4	4	5	5	4	26
90	4	4	4	5	4	4	25
91	5	4	4	5	4	4	26
92	5	4	5	5	5	4	28
93	4	4	4	5	5	4	26
94	4	4	4	5	5	4	26
95	4	4	4	4	5	4	25
96	4	4	4	4	5	4	25
97	4	4	4	4	4	4	24
98	4	4	4	5	4	4	25
99	4	4	4	5	4	4	25
100	4	4	4	5	4	4	25
101	4	4	4	5	4	5	26
102	4	4	4	5	4	5	26
103	4	4	4	5	4	5	26
104	4	4	4	4	4	5	25
105	4	4	4	4	4	5	25
106	4	4	4	4	4	4	24
107	4	4	4	5	4	4	25
108	4	4	4	5	4	4	25
109	4	4	4	5	4	4	25
110	4	4	4	4	4	4	24
111	4	4	4	4	4	4	24

112	5	4	4	4	5	4	26
113	5	4	4	5	5	5	28
114	5	4	4	5	5	5	28
115	5	4	4	4	5	5	27
116	4	4	4	5	4	4	25
117	4	4	4	5	4	4	25
118	5	5	4	4	5	4	27
119	4	5	4	4	5	4	26
120	5	5	4	4	5	4	27
121	4	5	4	4	5	4	26
122	5	5	4	4	5	4	27
123	5	4	4	4	5	4	26
124	5	5	5	4	4	4	27
125	4	4	4	4	4	4	24

**Tabel Angket Kepercayaan (X2)**

Kepercayaan							
No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	3	3	4	4	3	3	20
2	3	3	4	3	3	3	19
3	5	5	4	5	4	5	28
4	3	4	3	5	4	4	23
5	5	5	4	3	3	3	23
6	5	4	5	4	4	5	27
7	5	5	5	5	4	5	29
8	4	4	4	3	3	4	22
9	3	3	3	3	3	3	18
10	3	3	3	4	3	3	19
11	4	4	4	4	3	4	23
12	4	4	3	4	4	4	23
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	4	4	4	4	24
15	3	4	4	5	3	4	23
16	4	4	4	5	3	5	25
17	3	4	4	4	4	4	23
18	4	4	5	4	5	4	26
19	4	4	4	4	3	4	23
20	4	4	5	4	4	5	26
21	4	4	4	4	3	4	23

22	4	4	3	3	4	4	22
23	3	4	5	3	5	4	24
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	3	5	5	3	24
26	5	5	5	5	5	5	30
27	3	3	3	3	3	4	19
28	4	3	4	4	4	4	23
29	4	4	4	4	4	4	24
30	2	2	2	3	2	3	14
31	4	3	4	4	3	3	21
32	4	4	3	3	3	3	20
33	5	5	5	5	5	5	30
34	3	3	3	4	4	4	21
35	5	5	5	5	5	5	30
36	5	4	5	4	5	4	27
37	4	4	4	4	3	4	23
38	5	4	5	4	4	4	26
39	5	5	4	4	4	4	26
40	4	4	4	4	4	4	24
41	5	5	4	4	4	4	26
42	4	4	5	4	4	4	25
43	4	4	4	5	4	4	25
44	4	4	4	5	4	4	25
45	4	4	4	5	4	4	25
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	4	5	25
53	4	4	4	4	4	5	25
54	4	5	4	4	5	5	27
55	4	5	4	4	5	5	27
56	5	5	4	4	5	5	28
57	5	5	4	4	5	4	27
58	5	5	5	4	5	4	28
59	5	5	5	4	5	4	28
60	5	5	5	4	4	4	27

61	5	5	5	4	4	4	27
62	5	5	5	4	4	4	27
63	4	5	5	4	5	4	27
64	4	4	5	4	5	4	26
65	4	4	5	5	5	4	27
66	4	4	4	5	4	4	25
67	4	4	4	5	4	4	25
68	4	4	4	5	4	4	25
69	5	4	4	5	4	4	26
70	5	4	4	4	4	4	25
71	5	4	4	4	4	4	25
72	5	4	4	4	4	4	25
73	5	4	4	4	4	4	25
74	5	4	4	4	4	4	25
75	5	4	4	4	4	4	25
76	4	4	5	4	4	4	25
77	4	4	5	4	4	4	25
78	4	4	5	4	4	4	25
79	4	4	5	4	4	4	25
80	4	4	5	4	4	4	25
81	4	4	5	4	4	4	25
82	4	4	4	4	5	5	26
83	4	4	4	4	5	5	26
84	4	4	4	4	5	5	26
85	4	4	5	4	4	4	25
86	4	4	5	4	4	4	25
87	4	4	5	4	4	4	25
88	4	4	4	4	4	4	24
89	4	4	4	5	4	4	25
90	4	4	4	5	4	4	25
91	4	4	4	4	4	5	25
92	4	4	4	4	4	5	25
93	4	5	5	4	4	4	26
94	4	5	5	4	4	4	26
95	4	5	5	4	4	5	27
96	4	5	5	5	4	4	27
97	4	4	5	4	4	4	25
98	5	4	5	4	4	4	26
99	5	4	4	4	4	4	25

100	5	4	4	4	4	4	25
101	4	4	4	4	5	4	25
102	4	4	4	4	5	4	25
103	4	4	4	4	5	4	25
104	4	4	4	4	4	4	24
105	4	4	4	4	4	5	25
106	4	4	4	4	4	5	25
107	4	5	4	4	4	4	25
108	4	5	4	4	4	4	25
109	4	5	4	4	4	5	26
110	4	5	4	4	4	5	26
111	5	4	4	4	4	4	25
112	5	4	5	4	4	5	27
113	5	4	5	4	4	4	26
114	5	4	5	4	4	4	26
115	4	4	5	4	4	4	25
116	4	4	5	4	4	5	26
117	4	4	5	4	4	5	26
118	5	5	4	4	4	5	27
119	5	5	4	4	4	4	26
120	5	5	4	4	4	4	26
121	4	4	4	4	4	4	24
122	4	5	4	5	4	4	26
123	4	4	4	4	5	4	25
124	4	4	4	4	5	4	25
125	4	4	4	4	4	4	24

جامعة الرانري

AR - RANIRY

**Tabel Angket Manfaat (X3)**

Manfaat							
No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	4	3	4	5	5	5	26
2	4	2	3	4	3	3	19
3	5	5	4	5	4	4	27
4	5	4	4	4	4	4	25
5	4	4	4	4	4	4	24
6	5	5	5	4	4	5	28
7	4	4	4	5	5	5	27
8	4	3	5	5	3	3	23
9	3	3	3	3	3	3	18
10	4	4	3	3	4	4	22
11	4	3	3	4	4	3	21
12	3	4	3	3	3	3	19
13	5	4	4	3	5	5	26
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	3	4	4	4	23
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	4	3	3	4	4	22
18	4	4	4	5	4	5	26
19	4	3	3	4	4	4	22
20	5	4	4	4	4	5	26
21	5	4	5	5	4	3	26
22	4	4	4	4	4	4	24
23	3	4	3	4	4	5	23
24	4	4	4	4	4	4	24
25	3	3	4	5	3	4	22
26	5	5	5	5	3	5	28
27	4	3	4	5	5	3	24
28	4	4	4	3	3	3	21
29	4	3	4	4	4	4	23
30	3	3	3	4	3	3	19
31	5	4	4	4	4	4	25
32	3	3	5	5	3	4	23
33	5	5	5	5	5	5	30
34	4	4	3	4	3	3	21
35	4	5	5	4	4	4	26
36	5	4	5	4	5	4	27

37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	20
41	4	4	4	4	4	4	24
42	3	5	4	5	4	3	24
43	4	5	4	4	4	5	26
44	4	5	4	4	4	5	26
45	4	4	4	4	4	5	25
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	4	4	4	4	4	24
54	4	4	4	4	4	4	24
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	4	4	4	4	4	24
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	4	4	3	3	22
62	4	4	5	4	3	4	24
63	4	4	5	4	3	3	23
64	4	4	5	4	3	3	23
65	4	4	5	5	4	4	26
66	4	4	4	5	4	4	25
67	4	5	4	5	4	5	27
68	4	5	4	5	4	5	27
69	4	5	5	5	4	5	28
70	4	4	5	4	5	5	27
71	5	4	5	4	5	5	28
72	5	4	4	4	5	5	27
73	5	4	4	4	5	5	27
74	4	4	4	4	5	4	25
75	4	4	4	4	5	4	25

76	4	4	4	5	5	4	26
77	4	4	4	5	4	4	25
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	4	4	4	4	24
83	4	4	4	4	4	4	24
84	4	4	4	4	4	4	24
85	4	4	5	4	5	4	26
86	4	4	5	4	5	4	26
87	4	4	5	4	5	4	26
88	4	4	4	4	3	4	23
89	4	4	4	4	3	4	23
90	4	4	4	4	3	4	23
91	4	5	4	4	3	4	24
92	4	5	4	4	3	4	24
93	5	4	4	4	4	4	25
94	5	4	4	4	4	4	25
95	5	4	4	4	4	4	25
96	5	4	4	4	4	4	25
97	5	4	4	4	4	4	25
98	4	4	4	4	4	3	23
99	4	4	4	4	4	3	23
100	4	4	5	5	4	3	25
101	4	4	5	5	4	4	26
102	4	4	5	4	4	4	25
103	4	4	4	4	5	4	25
104	4	4	4	4	5	4	25
105	4	4	4	4	5	4	25
106	4	4	4	4	5	4	25
107	4	4	4	4	4	4	24
108	4	4	4	5	4	4	25
109	4	4	4	5	4	4	25
110	4	4	4	5	4	4	25
111	4	4	4	5	4	4	25
112	4	4	4	5	4	4	25
113	4	4	4	5	4	4	25
114	4	4	4	5	4	4	25

115	4	4	4	5	4	4	25
116	4	4	5	5	4	5	27
117	4	4	5	5	4	5	27
118	5	4	5	4	4	4	26
119	4	4	4	4	4	4	24
120	4	4	4	4	4	4	24
121	4	4	4	4	4	4	24
122	4	4	4	4	4	4	24
123	4	5	4	4	4	4	25
124	4	4	4	4	4	5	25
125	4	4	4	4	4	4	24

**Tabel Angket Penggunaan (Y)**

No	Penggunaan						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	4	3	5	4	4	4	24
2	3	3	4	4	3	3	20
3	4	4	5	4	4	4	25
4	4	5	5	4	3	4	25
5	4	4	4	4	5	4	25
6	5	5	4	4	5	4	27
7	4	4	5	5	5	5	28
8	4	3	4	4	4	5	24
9	5	4	3	3	3	3	21
10	4	4	4	4	4	4	24
11	3	4	4	4	4	4	23
12	3	3	3	4	4	3	20
13	4	5	3	5	5	4	26
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	3	4	4	4	4	23
16	5	4	5	5	5	5	29
17	4	3	4	4	4	4	23
18	4	5	4	5	4	4	26
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	5	4	5	4	26
21	4	4	5	5	5	4	27
22	4	4	4	4	4	4	24
23	3	3	4	5	4	4	23
24	4	4	4	4	4	4	24

25	3	4	5	3	4	4	23
26	5	5	5	5	5	5	30
27	4	4	3	4	4	3	22
28	4	4	4	3	4	4	23
29	5	4	4	4	4	4	25
30	4	2	3	4	5	4	22
31	4	4	4	4	4	3	23
32	4	5	4	2	4	4	23
33	5	5	5	5	5	5	30
34	5	4	5	4	3	4	25
35	5	4	4	5	5	4	27
36	5	1	5	4	5	4	24
37	4	4	4	4	4	4	24
38	3	4	4	4	4	4	23
39	3	4	4	4	4	4	23
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	5	4	4	4	25
42	4	4	4	4	5	4	25
43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	4	4	5	25
47	4	4	4	4	4	5	25
48	4	4	4	4	4	5	25
49	4	4	4	4	4	5	25
50	4	4	4	4	4	5	25
51	4	4	4	4	4	5	25
52	4	4	4	4	4	5	25
53	5	4	4	4	4	5	26
54	5	4	5	4	4	4	26
55	5	4	4	4	4	4	25
56	5	4	4	4	4	4	25
57	5	4	4	4	4	4	25
58	4	5	4	4	4	4	25
59	4	5	4	4	5	4	26
60	4	5	4	4	5	4	26
61	3	5	4	4	5	4	25
62	3	5	4	4	5	4	25
63	4	4	4	4	3	4	23

64	4	4	5	4	3	4	24
65	4	5	5	4	3	3	24
66	4	5	5	5	4	3	26
67	4	5	4	5	4	3	25
68	4	5	4	5	4	3	25
69	4	4	4	5	4	4	25
70	4	4	4	5	5	4	26
71	4	4	4	5	5	4	26
72	5	5	4	4	5	4	27
73	5	5	4	4	5	4	27
74	5	5	4	4	4	4	26
75	4	5	4	4	4	4	25
76	4	5	4	4	4	5	26
77	4	4	4	4	4	5	25
78	4	4	4	4	4	5	25
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	5	4	4	4	4	25
81	4	5	4	4	4	4	25
82	4	5	4	5	4	4	26
83	4	5	4	5	4	4	26
84	4	4	4	5	4	4	25
85	4	4	4	5	4	4	25
86	4	4	4	4	4	4	24
87	4	4	4	4	4	4	24
88	4	4	4	4	4	4	24
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	4	4	4	4	4	24
91	4	4	4	4	4	4	24
92	4	4	4	4	4	4	24
93	4	4	5	4	4	3	24
94	4	4	5	4	4	3	24
95	4	4	4	4	4	4	24
96	5	4	4	4	4	4	25
97	5	4	4	4	5	4	26
98	4	4	4	4	5	4	25
99	4	4	4	4	5	4	25
100	3	4	4	4	5	4	24
101	4	3	5	5	4	4	25
102	4	4	5	5	4	4	26

103	4	4	4	4	4	4	24
104	4	4	4	4	4	5	25
105	4	5	4	4	4	5	26
106	4	5	4	4	4	3	24
107	4	5	4	4	4	3	24
108	4	5	4	4	4	4	25
109	4	5	4	4	4	4	25
110	4	4	4	4	4	3	23
111	4	4	4	4	4	3	23
112	4	4	4	4	4	4	24
113	4	4	4	4	4	4	24
114	4	4	4	4	4	4	24
115	4	4	4	5	4	4	25
116	4	4	4	5	4	4	25
117	4	4	4	5	4	4	25
118	4	4	4	4	4	4	24
119	4	4	4	4	3	4	23
120	4	4	4	4	3	4	23
121	4	4	4	4	4	4	24
122	4	4	4	4	3	4	23
123	4	4	4	4	4	4	24
124	4	4	4	4	4	4	24
125	4	4	5	4	5	5	27

### Lampiran 3 Statistik Deskriptif

#### Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kemudahan	125	16	30	25.03	1.988
Kepercayaan	125	14	30	24.87	2.268
Manfaat	125	18	30	24.48	1.949
Penggunaan	125	20	30	24.64	1.526
Valid N (listwise)	125				

## Lampiran 4 Uji Validitas

### Hasil Uji Validitas Kemudahan (X1)

#### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.382**	.342**	.209*	.368**	.077	.673**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.019	.000	.391	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X1.2	Pearson Correlation	.382**	1	.299**	.092	.416**	.251**	.637**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.309	.000	.005	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X1.3	Pearson Correlation	.342**	.299**	1	.274**	.167	.018	.587**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.002	.062	.843	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X1.4	Pearson Correlation	.209*	.092	.274**	1	.274**	.038	.529**
	Sig. (2-tailed)	.019	.309	.002		.002	.673	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X1.5	Pearson Correlation	.368**	.416**	.167	.274**	1	.369**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.062	.002		.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X1.6	Pearson Correlation	.077	.251**	.018	.038	.369**	1	.481**
	Sig. (2-tailed)	.391	.005	.843	.673	.000		.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
TOTAL	Pearson Correlation	.673**	.637**	.587**	.529**	.716**	.481**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	125	125	125	125	125	125	125

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

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

### Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X2)

#### Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.576**	.402**	.185*	.341**	.271**	.706**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.039	.000	.002	.000

	N	125	125	125	125	125	125	125
X2.2	Pearson Correlation	.576**	1	.410**	.271**	.448**	.420**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X2.3	Pearson Correlation	.402**	.410**	1	.170	.378**	.301**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.058	.000	.001	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X2.4	Pearson Correlation	.185*	.271**	.170	1	.272**	.266**	.505**
	Sig. (2-tailed)	.039	.002	.058		.002	.003	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X2.5	Pearson Correlation	.341**	.448**	.378**	.272**	1	.405**	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002		.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X2.6	Pearson Correlation	.271**	.420**	.301**	.266**	.405**	1	.646**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.001	.003	.000		.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
TOTAL	Pearson Correlation	.706**	.779**	.679**	.505**	.710**	.646**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	125	125	125	125	125	125	125

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

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

### Hasil Uji Validitas Manfaat (X3) Correlations

		A X3.1	R X3.2	X3.3 Y	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.282**	.321**	.009	.337**	.325**	.589**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.917	.000	.000	.000
	N	125	125	125	124	125	125	125
X3.2	Pearson Correlation	.282**	1	.306**	.110	.116	.409**	.579**
	Sig. (2-tailed)	.001		.001	.225	.197	.000	.000
	N	125	125	125	124	125	125	125
X3.3	Pearson Correlation	.321**	.306**	1	.390**	.183*	.225*	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.041	.012	.000
	N	125	125	125	124	125	125	125

X3.4	Pearson Correlation	.009	.110	.390**	1	.099	.188*	.492**
	Sig. (2-tailed)	.917	.225	.000		.273	.037	.000
	N	124	124	124	124	124	124	124
X3.5	Pearson Correlation	.337**	.116	.183*	.099	1	.424**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.000	.197	.041	.273		.000	.000
	N	125	125	125	124	125	125	125
X3.6	Pearson Correlation	.325**	.409**	.225*	.188*	.424**	1	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.012	.037	.000		.000
	N	125	125	125	124	125	125	125
TOTAL	Pearson Correlation	.589**	.579**	.646**	.492**	.598**	.703**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	125	125	125	124	125	125	125

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

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

### Hasil Uji Validitas Penggunaan (Y) Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.103	.150	.065	.091	.150	.508**
	Sig. (2-tailed)		.252	.096	.471	.313	.095	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
Y.2	Pearson Correlation	.103	1	.024	.097	.017	-.038	.473**
	Sig. (2-tailed)	.252		.789	.281	.853	.674	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
Y.3	Pearson Correlation	.150	.024	1	.144	.029	.122	.442**
	Sig. (2-tailed)	.096	.789		.108	.752	.174	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
Y.4	Pearson Correlation	.065	.097	.144	1	.245**	.047	.511**
	Sig. (2-tailed)	.471	.281	.108		.006	.605	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
Y.5	Pearson Correlation	.091	.017	.029	.245**	1	.218*	.541**
	Sig. (2-tailed)	.313	.853	.752	.006		.015	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125

Y.6	Pearson Correlation	.150	-.038	.122	.047	.218*	1	.500**
	Sig. (2-tailed)	.095	.674	.174	.605	.015		.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
TOTAL	Pearson Correlation	.508**	.473**	.442**	.511**	.541**	.500**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	125	125	125	125	125	125	125

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

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

## Lampiran 5 Uji Reliabilitas

### Hasil Uji Reliabilitas Kemudahan (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.740	7

### Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan (X2)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	7

### Hasil Uji Reliabilitas Manfaat (X3)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.745	7

## Hasil Uji Reliabilitas Penggunaan (Y)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.675	7

## Lampiran 6 Uji Normalitas

### Hasil Uji Normalitas

#### Descriptive Statistics

Statistic	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness	Std. Error	Kurtosis	Std. Error
		Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
Unstandardized Residual	125	-2.34365	2.88269	.0000000	1.09938134	.112	.217	-.504	.430
Valid N (listwise)	125								

## Lampiran 7 Uji Multikolinieritas

### Hasil Uji Multikolinieritas

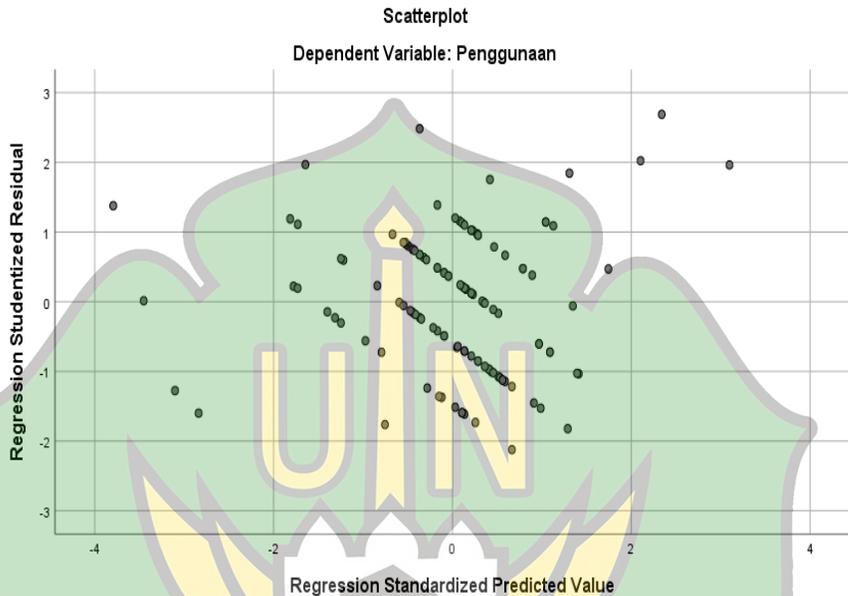
#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.580	1.528	6.268	.000		
	Kemudahan	.080	.058	1.395	.166	.763	1.310
	Kepercayaan	.130	.056	2.324	.022	.619	1.616
	Manfaat	.401	.063	6.388	.000	.668	1.498

a. Dependent Variable: Penggunaan

## Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas

### Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)



## Lampiran 9 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.580	1.528		6.268	.000
	Kemudahan	.080	.058	.105	1.395	.016
	Kepercayaan	.130	.056	.193	2.324	.022
	Manfaat	.401	.063	.512	6.388	.000

a. Dependent Variable: Penggunaan

## Lampiran 10 Uji Hipotesis

### Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.580	1.528		6.268	.000
	Kemudahan	.080	.058	.105	1.395	.016
	Kepercayaan	.130	.056	.193	2.324	.022
	Manfaat	.401	.063	.512	6.388	.000
a. Dependent Variable: Penggunaan						

### Hasil Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	138.929	3	46.310	37.388	.000 <sup>b</sup>
	Residual	149.871	121	1.239		
	Total	288.800	124			
a. Dependent Variable: Penggunaan						
b. Predictors: (Constant), Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan						

### Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.694 <sup>a</sup>	.481	.468	1.113
a. Predictors: (Constant), Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan				
b. Dependent Variable: Penggunaan				

## Lampiran 11

### RIWAYAT HIDUP

Nama : Eka Fatmawati  
NIM : 200603079  
Tempat/ Tgl. Lahir : Abdya, 30 Desember 2002  
Status : Belum Menikah  
Alamat : Desa Blang dalam Kec Babahrot Kab Aceh barat daya  
No. Hp : 085358464377  
Email : efatmawati287@gmail.com

#### Riwayat Pendidikan

1. SD 1 Alue jeureujak : 2008-2014
2. MTsN Babun Najah : 2014-2017
3. MAN Babun Najah : 2017-2020
4. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Ar-Raniry Banda Aceh

#### Data Orang Tua

Nama Ayah : Sulaiman M. amin  
Pekerjaan : Pedagang  
Nama Ibu : Anita  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
Alamat Orang tua : Desa Blang dalam kec Babahrot Kab Aceh Barat Daya