

**SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI  
TERHADAP MINAT NASABAH DALAM PENGGUNAAN  
*MOBILE BANKING* BANK SYARIAH  
(Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam  
Banda Aceh)**



**Disusun Oleh :**

**NISA AYU PURWATI  
NIM: 140603110**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2018 M / 1439 H**

**SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI  
TERHADAP MINAT NASABAH DALAM PENGGUNAAN  
*MOBILE BANKING* BANK SYARIAH  
(Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam  
Banda Aceh)**



**Disusun Oleh:**

**NISA AYU PURWATI  
NIM: 140603110**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2018 M / 1439 H**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Nisa Ayu Purwati  
NIM : 140603110  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

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

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 29 Agustus 2018  
Yang Menyatakan



Nisa Ayu Purwati

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

**SKRIPSI**

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

Dengan Judul:

**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat  
Nasabah Dalam Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah  
(Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda  
Aceh)**

Disusun Oleh:

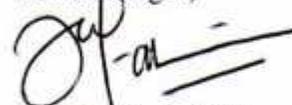
Nisa Ayu Purwati  
NIM: 140603110

Disetujui untuk diseminarkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya  
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi  
pada Program Studi Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,

  
Dr. Nevi Hasnita, M.Ag  
NIP : 19771105 200604 2 003

Pembimbing II,

  
Zuliani, SE., I., MM  
NIDN: 1303078701

Mengetahui  
Ketua Program Studi Perbankan Syariah 

  
Israk Ahmadisyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc  
NIP: 19720907 200003 1 001

**LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL**

**SKRIPSI**

Nisa Ayu Purwati

NIM: 140603110

Dengan Judul:

**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh)**

Telah Diseminarkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata 1 dalam bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 26 Juli 2018

13 Zulkaidah 1439 H

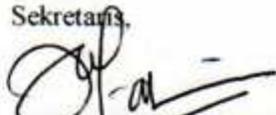
Banda Aceh

Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,

  
Dr. Nevi Hasnita, M.Ag  
NIP. 19771105 200604 2 003

Sekretaris,

  
Zulfani, S.E., I.M.M  
NIDN. B303078701

Penguji I,

  
Farid Fathoni Ashal, Lc., MA  
NIP. 19860427 201403 1 002

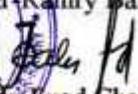
Penguji II,

  
Teuka Dahrul Azmi, S.E., MBA

Mengetahui

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



  
Dr. Zals Fuad Chalil, M.Ag  
NIP. 19640314 199203 1 003



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), E-mail: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nisa Ayu Purwati  
NIM : 140603110  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah  
E-mail : [nisaa7876@gmail.com](mailto:nisaa7876@gmail.com)

demikian 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  KRU  Skripsi  .....

Yang berjudul:

**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah (Studi pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh)**

Berserta 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 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 : 3 Agustus 2018

Mengetahui,

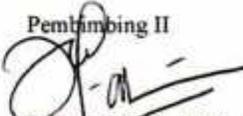
Penulis

  
Nisa Ayu Purwati

Pembimbing I

  
Dr. Nevi Hasnita, M.Ag  
NIP: 19771105 200604 2 003

Pembimbing II

  
Zuliani, S.E., I., M.M  
NIDN: 1303078701

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Mimpi hanyalah angan-angan tanpa belajar, belajar menjadi tidak berkah tanpa do'a, do'a akan sia-sia tanpa usaha, setelah semuanya ada serah dan tawakkal kepada-Nya  
(Penulis)

Kesusahan kamu sekarang adalah PR yang harus kamu kerjakan demi masa depan mu yang lebih gemilang  
(Penulis)

Allah Berfirman dalam surat Ar- Ra'd ayat 11:

...إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ...

Artinya: "...Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri..."

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT  
sebuah karya kecil dan sederhana ini penulis persembahkan untuk:

Ayah dan Ibu yang sangat penulis sayangi yang selalu mendoakan, memberi kasih sayang, dukungan dan ketulusan hati, alhamdulillah telah mengantarkan penulis sampai ketahap yang sekarang ini. sebuah karya ilmiah inilah sebagai salah satu bagian kecil dari wujud cinta kasih penulis untuk ayah dan ibu.

Adik ku tersayang yang sudah mendukung dan menghibur penulis.  
Sahabat-sahabat semuanya yang telah setia dan saling memotivasi satu sama lain.

## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas rahmat, hidayah, kekuatan dan kesehatan kepada peneliti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini untuk melengkapi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Islam Negeri Ar-Raniry dengan berjudul: “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi terhadap Minat Nasabah dalam Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah (Studi pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh)”

Selanjutnya selawat beserta salam kita sanjungkan keharibaan nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa syiar islam diatas muka bumi ini. Skripsi ini telah diselesaikan oleh penulis dengan usaha, kemampuan, dan pengalaman yang penulis miliki. Pada kesempatan ini dengan hati yang tulus ikhlas, perkenankan penulis menyampaikan ribuan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berjasa dalam proses penyelesaian skripsi ini, diantaranya:

1. Dr. Zaki Fuad Chalil, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar- Raniry Banda Aceh
2. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc dan Ayu Miyati SE., M.Si selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini.

3. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag dan Zuliani S.E., I., M.M selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah sudi kiranya meluangkan waktu mengkritisi dan memberi masukan-masukan positif untuk skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Farid Fathony Ashal, Lc., MA dan Teuku Dahrul Azmi, S.E., MBA selaku penguji I dan penguji II
5. Muhammad Arifin, Ph.D dan Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A selaku ketua dan sekretaris laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
6. Cut Dian Fitri, S.E., Ak., M.Si selaku penasehat akademik, seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terutama dosen program studi Perbankan Syariah UIN ar-Raniry Banda Aceh
7. Semua staff dan karyawan PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh yang telah mengizinkan penulis mendapatkan data dan ikut berpartisipasi dalam memberi petunjuk dan bantuan saat melakukan penelitian.
8. Teristimewa untuk Ibunda Asmawati dan Ayahanda Ramli serta tak lupa juga kepada ayah tersayang Alm. Muhammad Dahlan berkat mereka yang telah melahirkan, membesarkan, memberi nasehat positif, mendoakan sepenuh hati, mendidik serta mencurahkan kasih sayang yang luar biasa yang tidak mungkin bisa dituturkan dengan kata-kata dan tidak bisa penulis balas jasa-jasanya, semua itu guna tercapainya cita-cita juga berguna

bagi agama, bangsa dan negara. Adik lupa pula untuk adek sekandung satu-satunya Muhammad Nasir terima kasih atas dukungannya selama ini dan semoga bisa menjadi anak yang berbakti kepada kedua orang tua dan sukses di dunia dan juga akhirat.

9. Sahabat satu program studi Cut Dilam Chalida Ulfah, Ayu Aulia Yossiana, Cut Nadia Siska yang sudah setia dan tulus memberi semangat, membantu penulis dari pertama sampai akhir. Terima kasih juga kepada Agam Suherman, Adzan Alhidayat atas waktu, ilmu, masukan dan kritiknya atas permasalahan-permasalahan dalam skripsi ini dan juga sahabat lainnya yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan saran serta permohonan maaf baik dari kesalahan penulis yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan baik isi maupun teknis penulisannya. Oleh karena itu, penulis mengharap banyak pandangan pikiran, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan skripsi ini. semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 3 Agustus 2018

Penulis

Nisa Ayu Purwati

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

**1. Konsonan**

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	t
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ		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	S	29	ي	Y
15	ض	D			

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fat ah</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:

TandadanHuruf	Nama	GabunganHuruf
	<i>Fat ah</i> dan ya	ai
	<i>Fat ah</i> dan wau	au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haua*

### 3. *Maddah*

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
اَ / اِ	<i>Fat ah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	
اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	
اُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	

Contoh:

قال :q la

رمى :ram

قيل :q la

يقول :yaq lu

### 4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* ( ) hidup

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

b. *Ta marbutah* ( ) mati

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

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

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rau ah al-af l/rau atula f l*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Mad nah al-Munawwarah/*

*al-Mad natul Munawwarah*

طَلْحَةَ : *al ah*

**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: amad 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 :Nisa Ayu Purwati  
NIM :140603110  
Fakultas/Program studi :Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Judul :Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah (Studi Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh)  
Tanggal Sidang :26 Juli 2018  
Tebal Skripsi :100 Halaman  
Pembimbing I :Dr. Nevi Hasnita, M.Ag.  
Pembimbing II :Zuliani, S.E., I., M.M

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* bank syariah, studi pada Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh. Pengumpulan data dilakukan menggunakan angket/kuesioner dengan populasi seluruh nasabah *mobile banking* pada Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan bantuan *software* IBM SPSS versi 20. Dari beberapa hipotesis yang diajukan, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* adalah persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, persepsi resiko, persepsi biaya dan kepatuhan syariah. Secara simultan, faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dan nilai *R square* sebesar 0,320 atau 32 % variabel independen menjelaskan variabel dependen.

Kata Kunci: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi, Minat Nasabah.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN .....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN</b>	
<b>HIPOTESIS .....</b>	<b>13</b>
2.1 Teori .....	13
2.1.1 Konsep Persepsi .....	13
2.1.2 Perilaku Konsumen ( <i>Consumer Behavior</i> ) .....	16
2.1.3 Layanan <i>Online Banking</i> Perbankan Syariah.....	17
2.2 Kedudukan Aplikasi <i>E-Banking</i> Perbankan Syariah.....	21
2.3 Temuan Penelitian Terkait .....	24
2.4 Kerangka Berfikir.....	26
2.5 Pengembangan Hipotesis .....	27

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Data dan Teknik Memperolehnya.....	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4 Skala Pengukuran.....	31
3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	36
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.6.1 Uji Normalitas.....	37
3.6.2 Uji Multikolinearitas.....	38
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	38
3.7 Variabel Penelitian.....	39
3.8 Metode Analisis Data.....	40
3.9 Pengujian Hipotesis.....	41
3.9.1 Uji Statisti t.....	42
3.9.2 Uji Statistik F.....	42
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi.....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4.1.1 Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri.....	44
4.1.2 Layanan Keunggulan <i>E-banking</i> Bank Syariah Mandiri.....	46
4.1.3 Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri.....	47
4.2 Deskripsi Responden.....	48
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
4.3.1 Uji Validitas.....	51
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	52
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	54
4.4.1 Uji Normalitas.....	54
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	56
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	58
4.5.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat.....	59
4.5.2 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat.....	60
4.5.3 Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat.....	61
4.5.4 Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Minat.....	62
4.5.5 Pengaruh Persepsi Biaya Terhadap Minat.....	63

4.5.6 Pengaruh Persepsi Kepatuhan Syariah Terhadap Minat .....	64
4.6 Uji F .....	64
4.7 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	65
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	69
5.3 Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>76</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Persentase Kenaikan Jumlah Nasabah Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Tahun 2016..	5
Tabel 1.2	Persentase Kenaikan Jumlah Nasabah Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Tahun 2016	7
Tabel 2.1	Penelitian Terkait.....	23
Tabel 3.1	Skor Pada Skala <i>Likert</i> .....	32
Tabel 3.2	Pertanyaan Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	32
Tabel 3.3	Pertanyaan Persepsi Manfaat.....	33
Tabel 3.4	Pertanyaan Persepsi Keamanan.....	33
Tabel 3.5	Pertanyaan Persepsi Resiko.....	34
Tabel 3.6	Pertanyaan Persepsi Biaya.....	34
Tabel 3.7	Pertanyaan Persepsi Kepatuhan Syariah .....	35
Tabel 3.8	Pertanyaan Minat Nasabah .....	35
Tabel 4.1	Deskripsi Responden .....	48
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas .....	51
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 4.4	Uji Kolmogrof Smirnof .....	55
Tabel 4.5	Uji Multikolinieritas .....	56
Tabel 4.8	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	58
Tabel 4.9	Hasil Uji F .....	65
Tabel 4.10	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kenaikan Jumlah Nasabah <i>E-Banking</i> 2016.....	5
Gambar 1.2	Kenaikan Jumlah Nasabah <i>E-Banking</i> 2017.....	8
Gambar 2.1	Kerangka Berfikir .....	26
Gambar 4.1	Normal <i>Probability Plot</i> .....	54
Gambar 4.2	Grafik Histogram .....	55
Gambar 4.3	Grafik <i>Scatterplot</i> .....	57

## DAFTAR SINGKATAN

ATM	: Anjungan Tunai Mandiri
BSM	: Bank Syariah Mandiri
KCP	: Kantor Cabang Pembantu
KS	: Kepatuhan Syariah
MN	: Minat Nasabah
PKP	: Persepsi Kemudahan Penggunaan
PM	: Persepsi Manfaat
PK	: Persepsi Keamanan
PR	: Persepsi Resiko
PB	: Persepsi Biaya
UU	: Undang-Undang

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian .....	76
Lampiran 2	Jawaban Responden .....	81
Lampiran 3	Uji Validitas .....	91
Lampiran 4	Uji Reliabilitas .....	95
Lampiran 5	Uji Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ).....	97
Lampiran 6	Uji Simultan (Uji F).....	97
Lampiran 7	Uji Parsial (Uji t).....	97
Lampiran 8	Analisis Regresi Linier Berganda .....	98
Lampiran 9	Uji Normalitas.....	98
Lampiran 10	Uji Multikolinearitas .....	100
Lampiran 11	Uji Heteroskedastisitas.....	100

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Teknologi merupakan salah satu faktor pemicu perubahan kebijakan dan perkembangan pada bank dan lembaga keuangan lainnya. Oleh sebab itu, agar tidak terjadi kekeliruan dan ketertinggalan, organisasi perbankan memerlukan informasi mengenai hal tersebut. Suatu perusahaan khususnya perbankan, lambat laun akan tersingkir dari dunia persaingan jika perbankan tersebut tidak memiliki teknologi informasi yang baik. Hal ini dikarenakan kinerja bank sangat dipengaruhi oleh variabel ruang dan waktu. Dengan adanya teknologi internet dan telekomunikasi, variabel tersebut dapat ditembus sekaligus dapat meningkatkan pelayanan bagi pelanggan bank yang merupakan sebuah industri jasa. Selain itu, teknologi informasi dapat dijadikan sebagai suatu alat untuk menciptakan transaksi yang lebih murah, lebih baik, dan lebih cepat dan dapat menjadi senjata dalam dunia persaingan.

Setiap bank mempunyai akses yang sama atas teknologi yang ada, namun yang mampu memanfaatkannya dengan benar adalah mereka yang berhasil meraciknya kedalam sebuah konfigurasi yang efektif dan efisien, yang diimplementasikan dengan seksama, mendukung produk dan layanan yang praktis, bagus, serta dioperasikan dengan tepat guna (Marliza, 2017)

Selain untuk pemanfaatan informasi, media internet juga berfungsi sebagai alat bantu bagi perbankan dalam menjalankan aktivitas transaksi keuangan. Di Indonesia, internet sudah tidak asing lagi khususnya di dunia perbankan atau lebih dikenal dengan sebutan *e-banking* yaitu teknologi bank dengan menggunakan internet dalam melaksanakan transaksi antara nasabah dengan bank.

Dengan dunia yang semakin modern, keharusan bagi perbankan khususnya perbankan syariah untuk mewujudkan sistem teknologi informasi yang memadai. Bank syariah menawarkan produk dan jasa yang berbeda untuk nasabahnya yaitu produk dan jasa dengan sistem dan prinsip kesyariaahannya. Salah satu diantara lembaga keuangan syariah di Indonesia yang telah menghadirkan aplikasi dan mengimplementasikan *e-banking* tersebut khususnya *mobile banking* adalah PT Bank Syariah Mandiri.

Rema dan Setyohadi (2016) menjelaskan pesatnya perkembangan teknologi informasi memberikan dampak secara global terhadap perbankan. Salah satu dampaknya adalah pengenalan *mobile banking* yang merupakan bagian dari *electronic commerce* sebagai layanan informasi perbankan melalui *wireless* paling baru yang ditawarkan pihak bank dengan menggunakan teknologi yang terdapat pada *smartphone* untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan (Sulistiyarini, 2013). Melalui *mobile banking* pihak perbankan berusaha

memberikan layanan yang cepat, mudah, nyaman, dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Dengan adanya layanan *mobile banking*, memeriksa saldo rekening, memonitor jangka waktu deposito, mengecek status kartu kredit serta pembayaran kartu kredit, pembayaran rekening listrik, telepon dan transaksi lainnya akan lebih mudah dilakukan (Pratiwi, 2012).

Namun demikian, berdasarkan data Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI), diperkirakan pertumbuhan pelanggan kartu SIM (*Subscribers Identification Module*) mencapai 30-40 persen pertahun dan pada akhir 2013 diperkirakan jumlah pelanggan kartu SIM mencapai 179 juta pelanggan, namun jumlah nasabah yang mengadopsi layanan *mobile banking* hanya sekitar sepertiga dari jumlah pelanggan ponsel. Hartono (2007) dalam penelitian Dewi dan Warmika (2016) mengemukakan bahwa meskipun kualitas teknis sistem teknologi informasi sudah meningkat, masih saja banyak yang mengalami kegagalan dalam penerapannya. Fenomena ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya karena nasabah sudah merasa nyaman dengan layanan yang sudah ada.

Sistem informasi ini juga telah ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri dalam bentuk aplikasi *mobile banking* agar kegiatan transaksi menjadi lebih mudah, bermanfaat, dan keuntungan lainnya yang dapat diperoleh penggunanya. Berbicara mengenai *mobile banking* tentunya tidak lepas dari ketidakstabilan sistem baik dari segi keamanan yang sewaktu-waktu bisa *error* sehingga

mengakibatkan kehilangan data-data penting apalagi data yang terkait dengan transaksi keuangan. Hal inilah beberapa faktor pertimbangan nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan atau tidak menggunakan *mobile banking* tersebut.

Marliza (2017) mengatakan bahwa produk aplikasi *e-banking* ini belum banyak diketahui masyarakat dalam bentuk fitur apa-apa saja aplikasi *e-banking* ini hadir, hal ini dikarenakan kurangnya sosialisasi dari PT Bank Syariah Mandiri itu sendiri maupun masyarakat itu sendiri. Saat ini masyarakat masih belum tahu keunggulan dan kemudahan dari penggunaan *e-banking*, masyarakat lebih mempercayai ATM sebagai alternatif transaksi perbankan, padahal selain itu masih ada aplikasi-aplikasi canggih lain yang mampu memenuhi kebutuhan transaksi nasabah, khususnya *mobile banking*. Kehadiran sistem alternatif ini sering tidak mendapat perhatian penuh dari para nasabah pada umumnya, hal ini disebabkan oleh adanya keraguan dan kesan negatif di benak nasabah dari penggunaan sistem tersebut. seperti resiko yang mungkin timbul, kurang aman dan lain sebagainya.

Selain persepsi tersebut, faktanya masyarakat juga lebih suka mendatangi langsung ke bank melakukan transaksi berhadapan dengan *teller*. Kondisi ini sudah lumrah kita saksikan pada bank-bank tertentu, nasabah lebih suka berbondong-bondong ke bank dan *face to face* dengan *teller*.

Adapun jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri yang menggunakan aplikasi *e-banking* ini dari tahun 2016 hingga pertengahan tahun 2017 sebanyak 416 orang. Pengguna aplikasi *e-banking* ini setiap triwulannya terus bertambah, namun terjadi kenaikan dan penurunan, seperti yang dapat dilihat pada kedua tabel 1.1, 1.2 dan grafik 1.1, 1.2 berikut ini:

**Tabel 1.1**  
**Persentase Kenaikan atau Penurunan Jumlah Nasabah**  
**Pengguna Aplikasi *E-Banking* Tahun 2016**

Triwulan	Jumlah Nasabah <i>E-Banking</i>	Persentase Nasabah Per Triwulan
I	40	-
II	56	40%
III	48	-14,285%
IV	139	189,583%

Sumber: Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam

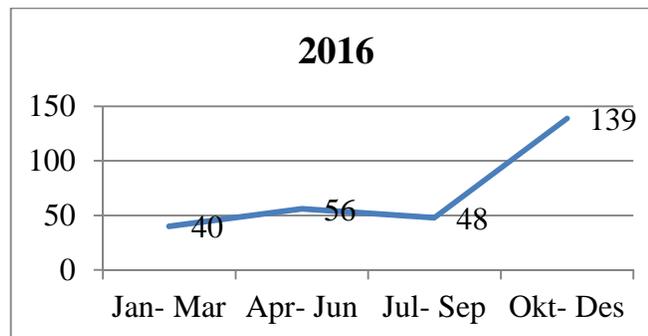
(Marliza, 2017)

Dari tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah pengguna aplikasi *e-banking* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam tahun 2016 pada triwulan I jumlah nasabah *e-banking* adalah 40 orang, pada triwulan II terjadi kenaikan sebesar 40% atau sekitar 6 orang, pada triwulan III terjadi penurunan jumlah pendaftar sebesar 14,285% atau sekitar 8 orang, triwulan IV naik lagi sekitar 189,583% atau sekitar 91 orang. Total semuanya adalah 283 nasabah *e-banking* tahun 2016. Persentase pertambahan

jumlah nasabah per triwulannya dapat dihitung menggunakan rumus:

$$\frac{\text{Jumlah Akhir} - \text{Jumlah awal}}{\text{Jumlah awal}} \times 100\%$$

Untuk lebih jelasnya mengenai kenaikan jumlah nasabah pengguna *e-banking* dapat dilihat pada grafik 1.1 berikut ini:



Sumber: PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh (Marliza, 2017)

**Grafik 1.1**  
**Jumlah Nasabah Pengguna Aplikasi *E-Banking* Tahun 2016**

Berdasarkan grafik di atas maka dapat disimpulkan bahwa nasabah pengguna aplikasi *e-banking* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam tahun 2016, mulai bulan Januari sampai Maret sebanyak 40 orang, berdasarkan grafik pertumbuhan ini tidak begitu signifikan sama halnya dengan bulan April sampai Juni sebanyak 56 orang. Kemudian pada bulan Juli sampai September pertumbuhannya menurun hingga 48 orang, sedangkan

Oktober sampai dengan Desember berubah drastis dari triwulan sebelumnya naik hingga 136 orang.

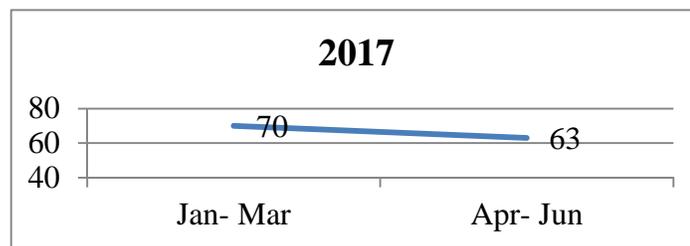
Sementara penambahan jumlah nasabah pengguna aplikasi *e-banking* pada tahun 2017 dapat dilihat pada tabel dan grafik 1.2 dibawah ini.

**Tabel 1.2**  
**Persentase Pertambahan atau Penurunan Jumlah Nasabah Pengguna Aplikasi *E-Banking* Tahun 2017**

<b>Triwulan</b>	<b>Jumlah Nasabah <i>E- Banking</i></b>	<b>Persentase Nasabah Per Triwulan</b>
I	70	-49,640%
II	63	-10%

Sumber : Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh  
(Marliza, 2017)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa persentase pertambahan jumlah nasabah pada triwulan I bulan Januari sampai Maret terjadi penurunan minat calon nasabah menggunakan *e-banking* yaitu 49,640% atau sekitar 69 orang dari akhir tahun 2016. Triwulan II terjadi penurunan kembali minat calon nasabah untuk menggunakan aplikasi *e-banking* yaitu sebesar 10% atau sekitar 7 orang dari triwulan sebelumnya, untuk lebih jelasnya pergerakan pertambahan nasabah yang menurun dapat dilihat pada grafik 1.2 dibawah ini:



Sumber: PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh  
(Marliza: 2017)

### **Grafik 1.2** **Jumlah Nasabah Pengguna Aplikasi *E- Banking* Tahun 2017**

Pada tahun 2017 jumlah nasabah bulan Januari sampai dengan Maret bertambah 70 orang dari tahun 2016, hal ini terjadi penurunan dari akhir tahun 2016 atau triwulan sebelumnya, bulan April sampai Juni bertambah 63 orang juga lebih kecil dari triwulan sebelumnya. jadi, jumlah nasabah dalam periode tersebut yaitu 283 (2016) ditambah 133 (2017) yaitu 416 nasabah . Tabel di atas dapat disimpulkan pertambahan jumlah nasabah tahun 2016 dan pertengahan tahun 2017 tidak stabil kenaikannya. Hal ini diakibatkan oleh berbagai persepsi nasabah diantaranya persepsi yang berkaitan dengan mudahnya cara penggunaan, bermanfaat atau tidak, aman atau tidak, beresiko atau tidak dan lain sebagainya. Dari jumlah nasabah *e-banking* di atas, dalam penelitian ini diasumsikan sebagai nasabah *mobile banking* PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh .

Bank tentunya ingin mengetahui bagaimana pengaruh faktor-faktor minat nasabah dalam penggunaan *e-banking* terutama *mobile banking* agar bank mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan

meningkatkan profitabilitas bank tersebut. Maka dari itu, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah dalam Penggunaan *Mobile banking* Bank Syariah (Studi pada Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh)**”

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh?
2. Bagaimana pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh?

### **1.3 Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh?
2. Untuk mengetahui hubungan atau pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* Bank Syariah KCP Darussalam Banda Aceh?

#### 1.4 Manfaat penelitian

Dari penelitian ini, ada tiga segi manfaat penelitian yang diharapkan yaitu segi teoritis dan segi praktis.

##### 1. Segi teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu dan wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap *mobile banking* yang terdapat pada bank syariah. Penelitian ini juga dapat di sepadankan dengan teori-teori lainnya yang berkaitan dengan sistem teknologi informasi, sehingga apabila terjadi ketidaksepahaman antara teori dengan praktek, diharapkan hal ini dapat menjadi acuan untuk pembelajaran di masa yang akan datang.

##### 2. Segi praktis

Bagi lembaga keuangan syariah, penelitian ini dapat menjadi pedoman penggunaan sistem teknologi informasi *mobile banking* tersebut dengan benar.

- 1) Bagi pihak bank, untuk mengetahui sudah efektifkah penerapan *mobile banking* yang dimilikinya dan perbaikan-perbaikan yang perlu diperbaiki.
- 2) Bagi akademisi, selain dapat mengetahui *mobile banking* secara teori dan praktek, penelitian ini juga dapat dijadikan sebuah rujukan atau pedoman dalam melakukan penelitian selanjutnya.

- 3) Bagi masyarakat, mendapatkan ilmu tentang keunggulan, resiko, fitur-fitur dari penggunaan aplikasi *mobile banking* yang ada di perbankan syariah.
3. Segi kebijakan
- Memberikan arahan yang tepat perihal penetapan kebijakan atau pengambilan keputusan yang dirancang setepat mungkin agar hasilnya memuaskan dimasa yang akan datang oleh bank, praktisi, akademisi, dan publik.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disusun dalam lima bab, dengan sistematika sebagai berikut:

#### **Bab I : Pendahuluan**

Bab I merupakan pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

#### **Bab II : Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis**

Bab II merupakan kerangka teori dan landasan teori dan pengembangan hipotesis yang terdiri dari tiga pokok pembahasan yaitu teori, temuan penelitian terkait, teori-teori yang menjelaskan hubungan antar variabel yang didukung oleh penelitian terkait, model penelitian atau kerangka berfikir, dan pengembangan hipotesis.

#### **Bab III : Metode Penelitian**

Bab III merupakan metodologi penelitian yang terdiri dari jenis penelitian dengan menjelaskan pendekatan penelitian

dan arah penelitian yang digunakan, data dan teknik pemrolehan yang meliputi jenis data, data primer, data sekunder, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, uji validitas dan reabilitas, variabel penelitian, metode analisis data, dan pengujian hipotesis.

#### Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab IV hasil dan analisis pada bab ini diuraikan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

#### Bab V: Penutup

Bab V yaitu bagian penutup pada bab ini diuraikan tentang kesimpulan dari pembahasan yang telah di kaji dalam bab-bab sebelumnya dan berisi saran agar penerapan kajian ke depan lebih efektif dari sebelumnya.

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Teori**

##### **2.1.1 Konsep Persepsi**

Persepsi diawali dengan pengamatan yang melalui proses hubungan melihat, mendengar, menyentuh, merasakan dan menerima sesuatu hal yang kemudian diseleksi, diorganisasi dan diinterpretasikan informasi yang diterimannya menjadi suatu gambaran yang memiliki arti (kajianpustaka.com: 2012). Persepsi merupakan salah satu sektor yang mempengaruhi perilaku, pengalaman yang dihasilkan dari indra penglihatan, pendengaran, penciuman, dan sebagainya (Suhir, Suyadi, dan Riyadi, 2014).

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan kesan yang dirasakan, diterima setelah maupun sebelum seseorang menggunakan sesuatu hal yang dapat mempengaruhi perilaku atau tindakan seseorang antara tetap menggunakan atau tidak menggunakan. Dalam penelitian ini, persepsi atau kesan yang diteliti pada nasabah yang sudah pernah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh.

Komponen utama yang mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut (Ardi dan Aryani, tanpa tahun) :

1. Seleksi, yaitu penyampaian oleh indra dari rangsangan atau kejadian dari luar, untuk dinilai dan diperkirakan terlebih dahulu agar hasilnya maksimal untuk diinterpretasikan.
2. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti.
3. Pembulatan, yaitu penarikan kesimpulan dan tanggapan terhadap informasi yang diterima.

Rema dan Setyohadi (2016) melakukan penelitian dengan judul “faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan *mobile banking*, studi kasus BRI cabang Bajawa” memperoleh kesimpulan bahwa kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, dan biaya yang dikeluarkan merupakan tiga faktor yang paling menentukan niat perilaku nasabah BRI cabang Bajawa dalam penggunaan *mobile banking*.

Dalam penelitian tersebut terdapat 7 variabel terikat (independen) yang dijadikan hipotesis penelitian yaitu, ekspektasi kinerja (manfaat), ekspektasi usaha (kemudahan penggunaan), pengaruh sosial (kawan, rekan kerja, dan lain-lain), kondisi-kondisi pemfasilitasi (pengetahuan dan sumber daya lainnya), persepsi keamanan, persepsi biaya, dan perilaku niat. Memperoleh hasil bahwa yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* hanya 3 faktor, yakni kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, dan persepsi biaya.

Selain itu, menurut Gaspers dalam penelitian Laksana, Astuti dan Dewantara (2015) faktor yang mempengaruhi persepsi terdiri dari:

1. Persepsi Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kemanfaatan dapat diartikan sebagai kepercayaan seseorang akan manfaat yang timbul dari menggunakan suatu teknologi.

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*)

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu tidak memerlukan usaha yang besar, hemat biaya dan waktu sehingga memudahkan aktivitas penggunaannya.

3. Persepsi Resiko (*Perceived Risk*)

Persepsi resiko dapat diartikan sebagai persepsi atau pandangan subyektif seseorang akan ketidakpastian dan konsekuensi negatif yang mungkin terjadi dari penggunaan suatu sistem tertentu.

4. Persepsi Kesesuaian (*Perceived Compatibility*)

Persepsi kesesuaian merupakan kecocokan dan kekonsistenan suatu inovasi produk akan ide-ide, nilai, kepercayaan, pengalaman masa lalu dan kebutuhan saat ini.

Faktor-faktor di atas menjadi fondasi kerangka berfikir dalam penelitian ini. Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, persepsi resiko, persepsi biaya merupakan

variabel yang sering ditemui dalam penelitian-penelitian terdahulu dengan hasil penelitian bahwa faktor-faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Selain itu, peneliti tertarik mengkaji tentang persepsi kepatuhan syariah, ingin mengetahui adakah pengaruh kesyariahan produk terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank syariah.

### **2.1.2 Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior*)**

Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan nyata individu atau organisasi yang dipengaruhi berbagai aspek internal dan eksternal guna mengarahkan mereka dalam memilih dan mengkonsumsi barang atau jasa yang diinginkan (Priambodo dan Prabawani, 2015).

Kotler dan Keller (2009) mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang langsung terlibat dalam jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan. Terdapat dua elemen penting dari arti perilaku konsumen, yaitu:

1. proses pengambilan keputusan,
2. Kegiatan fisik yang melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa ekonomis

Kotler dan Amstrong (2001), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, diantaranya yaitu faktor psikologis. Adapun faktor psikologis ini antara lain yaitu:

- 1) Motivasi adalah suatu kebutuhan yang secara cukup dirangsang untuk membuat seseorang mencari kepuasan atas kebutuhannya,
- 2) Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran yang berarti mengenai suatu hal,
- 3) Pembelajaran adalah perubahan pada perilaku individu yang muncul dari pengalaman,
- 4) Keyakinan adalah pemikiran deskriptif seseorang mengenai sesuatu, dan sikap menggambarkan penilaian, perasaan, dan kecenderungan yang relatif konsisten dari seseorang atas sebuah obyek atau gagasan.

### **2.1.3 Layanan *Online Banking* Pada Perbankan Syariah**

Salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank syariah adalah layanan *online banking*. *Online banking* merupakan fasilitas transaksi finansial secara *online* yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja, tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.

#### **1. *Automatic Teller Machine* (ATM)**

ATM merupakan perangkat yang mampu menggantikan sebagian besar fungsi tugas dari seorang *teller* dalam melaksanakan pelayanan bank tanpa dibatasi oleh waktu operasional bank tersebut (Imradhani dan Nugroho, 2011). ATM pada Bank Syariah Mandiri juga dapat digunakan untuk nasabah bank anggota bersama, prima, dan *brancard* (Marliza, 2017).

Mesin ini menjadi alternatif transaksi bagi nasabah baik tunai maupun non tunai. Menggunakan mesin ini, kebanyakan orang berasumsi bahwa ATM dapat memenuhi kebutuhan mereka secara cepat dan fleksibel, mudah dilakukan darimana saja dan kapan saja (Imradhani dan Nugroho, 2011). ATM tidak memerlukan jaringan internet atau biaya internet dalam mengaplikasikannya, ATM berupa mesin transaksi tunai maupun non tunai yang ditempatkan pada lokasi-lokasi tertentu oleh bank tertentu dimana nasabah harus mengunjungi lokasi tersebut untuk bisa transaksi. Beda halnya dengan *e-banking*.

## 2. *Electronic Banking (E-Banking)*

Nasabah tidak harus datang ke bank atau ke ATM dalam melakukan transaksi perbankannya karena bank telah menyediakan layanan *electronic banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan perbankan nasabah sebagai alternatif media dalam melakukan transaksi, kecuali untuk transaksi setoran dan tarikan uang tunai.

*Elektronik banking* dapat diilustrasikan seperti: **“Meja teller/customer service seolah-olah berpindah ke tempat nasabah, di mana nasabah pulalah sebagai teller/customer servicenya”**, atau tangan *teller/customer service* berada di tangan nasabah (Chopipah, 2013). Transaksi dapat dilakukan 24 jam serta *real time* dimana saja dan kapan saja. Nasabah hanya bisa bertransaksi berdasarkan menu yang telah tersedia, diluar menu

tersebut nasabah tidak bisa melakukan transaksi dan juga harus mempunyai jaringan data atau jaringan internet.

Layanan *e-banking* meliputi *internet banking*, *mobile banking*, *sms banking*, dan *phone banking* ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)). Jenis transaksi yang ditawarkan dalam *e-banking* berbeda-beda pada setiap bank, namun secara garis besar jenis transaksi yang biasanya disediakan meliputi transaksi finansial dan non-finansial ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)) antara lain transfer uang, cek saldo, mengakses informasi, melakukan pembayaran, pembelian dan perubahan PIN (*Personal Identify Number*).

### 1. *Mobile Banking*

Rahardjo (2002) menjelaskan bahwa ada beberapa persyaratan dari *mobile banking* yaitu: aplikasi mudah digunakan, Layanan dapat dijangkau dari mana saja, murah, aman dan dapat diandalkan (*reliable*). Keunggulan *mobile banking* telah mengalami berbagai macam terapan teknologi canggih, perbaikan-perbaikan yang berarti, sehingga tidak perlu dikhawatirkan penggunaannya. Selain memiliki kelebihan, layanan ini juga mempunyai kelemahan yang justru datang dari aspek non teknis. Bahaya tersebut akan datang ketika orang lain, dalam hal ini pihak ketiga, mengetahui nomor PIN pengguna *mobile banking*. Kondisi ini akan berdampak tingkat kenyamanan nasabah berbanding terbalik dengan tingkat keamanan yang didapatkan oleh nasabah

*Mobile banking* adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi penyampaian data melalui ponsel atau *general package radio service* (GPRS) dengan sarana telepon seluler (Jumaini, 2012). Untuk mendapatkan fasilitas ini, nasabah harus mengisi surat permohonan, meregistrasi nomor *handphone* calon pengguna serta *password* yang akan digunakan untuk keamanan bertransaksi (Chopipah, 2013)

Keunggulan yang dimiliki *mobile banking* Bank Syariah Mandiri terdapat pada fitur yang beragam dan biaya yang murah, fitur unggulan yang ada di *mobile banking* BSM terdapat berbagai macam transaksi pembayaran, isi ulang pulsa, transfer, informasi finansial, pembayaran zakat, infaq, tiket garuda, tagihan PLN, dan lain-lain (Marliza, 2017).

## 2. *Internet Banking*

Menurut Bank Indonesia (2004), *internet banking* merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet yang dapat dibedakan menjadi 3 (tiga), yaitu *informational internet banking*, *communicative internet banking*, dan *transactional internet banking*. Menurut Turban et al. (2002) dalam Narastuti (2011), *Internet banking* adalah sistem teknologi informasi perbankan dengan menggunakan jaringan internet untuk

memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi finansial, contohnya seperti pembayaran tagihan, mendapatkan pinjaman dari bank, atau melakukan transfer antar rekening.

### 3. *Short Message Service Banking (SMS Banking)*

*SMS banking* adalah layanan informasi perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon selular/*handphone* dengan menggunakan media SMS (*short message service*) (Chopipah, 2013). Penyampaian informasi jumlah debit dan kredit uang nasabah bisa diketahui dengan berlangganan *sms banking* yang secara otomatis informasi tersebut dapat diterima dalam bentuk *sms* dari bank yang bersangkutan.

### 4. Layanan *Phone Banking*

*Phone banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah untuk mengakses informasi dan pelayanan perbankan *non cash* melalui telepon ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)). Kebanyakan pelayanan *phone banking* menggunakan mesin penjawab telepon otomatis dengan sistem *keypad response*.

## **2.2 Kedudukan Aplikasi *E-Banking* Dalam Perbankan Syariah**

Kebutuhan suatu sistem yang sehat, prinsip berbasis syariah merupakan impian dari masyarakat muslim didunia. Adanya perkembangan perbankan syariah juga harus dibarengi dengan sistem teknologi informasi yang sesuai syariah.

Dukungan islam terhadap kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat diyakini adanya. Terbukti dari sejarahnya ulama-ulama terkemuka pada abad ke-9 dan ke-10 seperti Al-khawarizmi ahli matematika, Abbas Qasim ibnu Firnas konseptor ahli pesawat terbang, Jabir bin Hayyan sebagai bapak kimia, dan para ulama-ulama lainnya. Teknologi informasi diciptakan dengan tujuan mempermudah urusan manusia, Allah SWT berfirman dalam al-Qur'an surah Al-Baqarah (1) ayat 185:

... يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ ...

“...Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu...”

وَنُيَسِّرُكَ لِلْيُسْرَىٰ

“ dan Kami akan memberi kamu taufik ke jalan yang mudah”.  
(Q.S. al-A'la (87): 8).

Dari ayat tersebut, bank syariah hadir dengan produk dan jasa yang ditawarkan berbasis syariah, tak terkecuali sistem teknologi informasi (*mobile banking*) yang sesuai syariah.

### 2.3 Temuan Penelitian Terkait

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

No	Peneliti	Judul penelitian	Variabel penelitian	Hasil
1.	Frimario firmawan dan Marsono (2009)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan Penggunaan Sistem Informasi ( <i>system usage</i> )	Variabel independen (variabel bebas): persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, kesenangan, keamanan dan kerahasiaan, koneksi internet, serta jumlah informasi. Variabel dependen (variabel terikat): penggunaan sistem informasi ( <i>system usage</i> ).	Persepsi kemanfaatan kemudahan penggunaan kesenangan keamanan dan kerahasiaan, koneksi internet, jumlah informasi berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan system informasi ( <i>system usage</i> ) dalam hal ini adalah <i>internet banking</i> Bank Mandiri. Kesimpulan tersebut berarti nasabah yang menggunakan sistem informasi <i>internet banking</i> akan memperoleh hal positif sehingga nasabah memutuskan untuk menggunakan sistem informasi tersebut ( <i>internet banking</i> Bank Mandiri)

Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Peneliti	Judul penelitian	Variabel penelitian	Hasil
2.	Sartika Sari Ayu Tjini Dan Zaki Baridwan (2012),	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem <i>Internet Banking</i>	Variabel independen (variabel bebas): kepercayaan, kegunaan, persepsi kemudahan, kenyamanan, sikap terhadap penggunaan <i>internet banking</i> . Variabel dependen (variabel terikat): minat penggunaan sistem <i>internet banking</i> .	pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sistem <i>internet banking</i> .
3.	Ni Made Ari Puspita Dewi, dan I Gde Kt. Warmika, (2016)	Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan <i>Mobile Commerce</i> di Kota Denpasar	Variabel independen (variabel bebas), persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi resiko. Variabel dependen (variabel terikat): niat menggunakan.	Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan <i>mobile commerce</i> di Kota Denpasar.

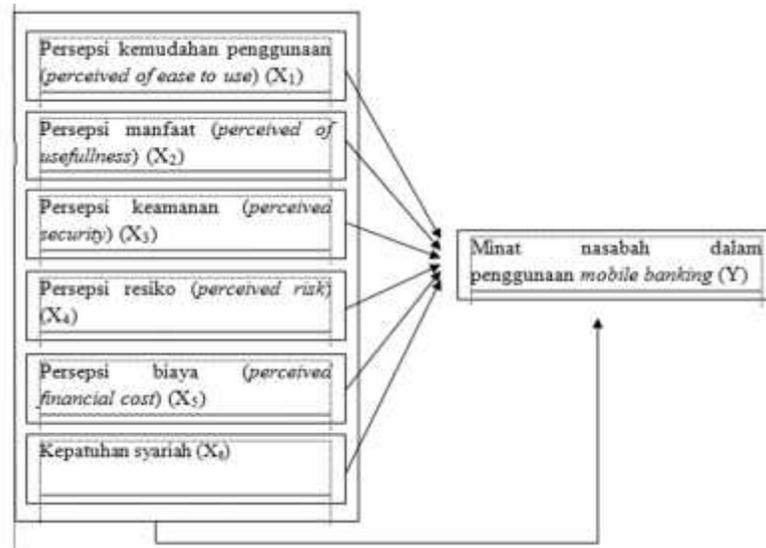
Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Peneliti	Judul penelitian	Variabel Penelitian	Hasil
4.	Imam Sugih Rahayu (2015),	Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile banking</i> dengan Menggunakan Kerangka <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)	Variabel independen (variabel bebas), persepsi manfaat ( <i>perceived usefulness</i> ), persepsi kemudahan penggunaan ( <i>perceived ease of use</i> ), persepsi resiko, informasi tentang <i>mobile banking</i> . Variabel dependen (variabel terikat): minat perilaku menggunakan <i>mobile banking</i> .	persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan <i>mobile banking</i> , kemudahan penggunaan ( <i>perceived ease of use</i> ) berpengaruh negatif terhadap minat perilaku menggunakan <i>mobile banking</i> , persepsi kredibilitas ( <i>perceived credibility</i> ) berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan <i>mobile banking</i> .

Dari beberapa penelitian diatas, dapat dilihat bahwa secara umum terdapat persamaan dalam hal pengambilan variabel independen yang diteliti yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, persepsi resiko. Adapun yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian ini berfokus kepada teknologi *mobile banking* Bank Syariah Mandiri dengan nasabah yang berlangganan *mobile*

*banking* bank tersebut sebagai responden. Perbedaan lainnya terletak pada jumlah variabel independen, dan juga variabel dependen. Selain itu, objek dalam penelitian ini berlokasi di Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh di mana terdapat perbedaan karakter nasabah dengan penelitian terdahulu.

## 2.4 Kerangka Berfikir



Gambar 2.1 Kerangka berfikir

Berdasarkan gambar 2.1 di atas, variabel-variabel diatas merupakan variabel-variabel yang telah diteliti sebelumnya oleh beberapa peneliti. Dalam penelitian ini, faktor-faktor tersebut diuji kembali dan juga ada satu variabel kepatuhan syariah yang ingin dikaji pada penelitian ini. Pengujian dilakukan melalui uji t (uji parsial), uji F (uji simultan) melihat pengaruh dari keseluruhan variabel terhadap minat dan uji determinasi ( $R^2$ ) melihat seberapa

besar variabel independen menjelaskan variabel dependen menggunakan bantuan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 20.

## 2.5 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dimana jawaban tersebut diperoleh dari teori yang kemudian akan diteliti kebenarannya melalui penelitian selanjutnya dengan melakukan analisis dan pengumpulan data (kajian pustaka.com). Berdasarkan kajian teori yang sudah ada, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran yang telah digambarkan pada poin sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*

H<sub>2</sub> : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*

H<sub>3</sub>: Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*

H<sub>4</sub>: Persepsi resiko berpengaruh negatif terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*

H<sub>5</sub>: Persepsi biaya berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*

H<sub>6</sub>: Persepsi kepatuhan syariah berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian, Pendekatan Penelitian, tujuan dan arah penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam katagori kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan data berbentuk angka yang dapat dihitung, yang diperoleh dari perhitungan kuisisioner yang akan dilakukan berhubungan dengan masalah yang dibahas (Silvia, 2014). Pendekatan penelitian dilakukan dengan pendekatan penelitian lapangan (*field research*). Setelah diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat, kemudian dijabarkan pengaruhnya dengan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian. Dengan penelitian ini, kemungkinan besar peneliti memerlukan bantuan program *software spreadsheet* seperti *microsoft excel*, atau program statistik seperti SPSS. Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi akan dideskripsikan untuk menggambarkan dan menganalisis suatu hasil penelitian.

### **3.2 Data dan Teknik Pemerolehannya**

Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis data, yaitu:

1. Data primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari hasil angket yang dibagikan kepada responden yaitu nasabah *mobile*

*banking* Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh yang memenuhi kriteria tertentu.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah *mobile banking* PT Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam kota banda aceh sebanyak 416 orang.

Sampel adalah mengambil sebagian populasi sebagai subjek kajian untuk diteliti. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan sampel *purposive sampling* atau *judgmental sampling*. *Purposive sampling* bagian dari *nonprobability sampling*. Teknik ini dikenakan pada individu yang berdasarkan pertimbangan tertentu. Kriteria sampel yang diambil adalah nasabah *mobile banking* Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh yang sedang menggunakan atau pernah menggunakan. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

$$n = \frac{416}{1 + 416 (0,15)^2} = 40,15 \text{ dibulatkan menjadi } 40 \text{ responden.}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Persentasi ketidaktelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel dalam penelitian diambil 15%

Persentasi ketidaktelitian yang diambil sebesar 15% dengan pertimbangan tingkat kesulitan memperoleh data oleh peneliti saat melakukan penelitian dikarenakan responden yang dituju bukan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam biasa, namun nasabah yang sudah berlangganan atau sudah mendaftarkan diri sebagai nasabah *mobile banking* pada bank tersebut. Selain itu, untuk menghemat waktu, biaya dan tenaga peneliti melakukan penelitian.

Persentase ini didukung oleh (Oktarini, 2016) dalam penelitiannya “Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah membuka tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia cabang Sungailiat, mengatakan bahwa: “bila populasinya lebih dari 100 maka sampel dapat diambil 10-15 persen atau 20-25 persen atau lebih, tergantung pada: 1) waktu, tenaga dan dana yang dimiliki peneliti; 2) skop wilayah terhadap pengamanan subjek; 3) hasil yang ingin dicapai peneliti.

## 2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari penelitian-penelitian sebelumnya, *web* resmi, buku, jurnal-jurnal, data-data atau berkas-berkas yang terkait dengan penelitian.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data yang dimaksud, teknik yang digunakan adalah teknik lapangan (*field research*). Teknik tersebut dilakukan dengan :

1. Kuisisioner / angket

Kuisisioner adalah bentuk metode pengumpulan data menggunakan pertanyaan secara tertulis yang harus diisi oleh responden sesuai dengan panduan pengisian yang telah ditetapkan peneliti. Responden pada penelitian ini adalah nasabah yang telah terdaftar sebagai nasabah *mobile banking* pada Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh.

### 3.4 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan data primer dari penyebaran angket atau kuisisioner kepada responden dan data tersebut tersedia dalam skala ordinal. skala pengukuran variabel yang digunakan adalah skala *likert*. Jawaban dari responden kemudian diberi *skor agree - disagree scale* dengan mengajukan pernyataan yang menghasilkan jawaban setuju - tidak setuju dalam berbagai rentang nilai.

Urutan skala pengukuran ini dimulai dari (sangat tidak setuju) – 4 (sangat setuju) untuk semua variabel. Kriteria yang digunakan yakni :

**Tabel 3.1**  
**Skala pengukuran responden (skala *likert* 1-5)**

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

Skala 1 sampai 4 untuk memudahkan responden dalam menjawab pernyataan yang diajukan. Dalam penelitian ini, tiap-tiap pertanyaan akan dijawab oleh responden berdasarkan skala likert tersebut. Berdasarkan hipotesis, indikator pertanyaan mencakup tentang persepsi kemudahan penggunaa, persepsi manfaat, persepsi keamanan, persepsi kerahasiaan, persepsi resiko, persepsi biaya, kepatuhan syariah serta variabel Y minat nasabah. Berikut beberapa redaksi soal yang akan diajukan kepada responden:

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ )

**Tabel 3.2**  
**Persepsi Kemudahan Penggunaan**

No	Saya menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena:	STS	TS	S	SS
1	Mudah dimengerti cara menggunakannya				
2	Kebutuhan pengguna selalu direspon dengan baik				

**Tabel 3.2 – Lanjutan**

No	Saya menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena:	STS	TS	S	SS
	dilakukan dimana saja dan kapan saja				

Sumber: Cahyo (2014)

2. Persepsi Manfaat ( $X_2$ )

**Tabel 3.3  
Persepsi Manfaat**

No	Saya menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena:	STS	TS	S	SS
1	Menjadikan pekerjaan saya lebih cepat terselesaikan				
2	Hemat waktu dan tenaga dalam bertransaksi (misal: bayar listrik, telepon, pajak, kartu kredit, dan lain-lain)				
3	Menambah produktifitas (pencapaian) dalam pekerjaan				

Sumber: Cahyo (2014)

3. Persepsi Keamanan ( $X_3$ )

**Tabel 3.4  
Persepsi Keamanan**

No	Saya menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena:	STS	TS	S	SS
1	Bank memiliki pengendalian cukup baik untuk melindungi data pribadi saya.				

**Tabel 3.4 – Lanjutan**

No	Saya menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena:	STS	TS	S	SS
2	Bank memberikan jaminan keamanan saldo di rekening saya				
3	Adanya jaminan bank bahwa uang yang ditransfer/dibayar sampai pada tujuan yang tepat				

Sumber: Cahyo (2014)

#### 4. Persepsi Resiko ( $X_5$ )

**Tabel 3.5**  
**Persepsi Resiko**

No	Saya menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena:	STS	TS	S	SS
1	Resiko kehilangan uang yang ditabung dijamin aman				
2	Bank dapat menjamin setiap kebutuhan nasabah dalam bertransaksi				
3	resiko kehilangan data penting dijamin aman				

Sumber: Amijaya (2010)

#### 5. Persepsi Biaya ( $X_5$ )

**Tabel 3.6**  
**Persepsi Biaya**

No	Saya menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena:	STS	TS	S	SS
1	Menghemat biaya daripada harus mendatangi langsung ke Bank				

**Tabel 3.6 – Lanjutan**

No	Saya menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena:	STS	TS	S	SS
2	Dana yang dikeluarkan saat menggunakan sistem ini tidak memberatkan				

6. Kepatuhan Syariah ( $X_6$ )**Tabel 3.7  
Persepsi Kepatuhan Syariah**

No	Saya menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena:	STS	TS	S	SS
1	Transaksi menggunakan <i>mobile banking</i> mengandung unsur syariah				
2	Nyaman dengan sistem syariahnya				

## 7. Minat Nasabah (Y)

**Tabel 3.8  
Minat Nasabah**

No	Saya menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena:	STS	TS	S	SS
1	Berminat menggunakan <i>mobile banking</i> dimasa yang akan datang				
2	<i>Mobile banking</i> salah satu sistem teknologi yang patut digunakan dan dikembangkan				

Sumber: Silvia (2014)

### 3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas) sangat diperlukan dalam sebuah penelitian, maka uji coba ini dimaksudkan untuk mengetahui hal tersebut. Uji validitas dan uji reliabilitas angket/kuisisioner diperlukan untuk memastikan bahwa angket tersebut valid dan dapat diandalkan untuk penelitian selanjutnya.

#### 3.5.1 Uji validitas

Untuk mengetahui kelayakan butir-butir suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel digunakan uji validitas. Dalam pertanyaan ini umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu, dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil  $r$  hitung dibandingkan dengan  $r$  tabel dimana  $df = n-2$  dengan signifikansi 5%. Jika  $r$  tabel  $<$   $r$  hitung maka valid (Pertiwi dan Adhivinna, 2012)

#### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sujarweni (2007) dalam penelitian Pertiwi dan Adhivinna (2012) mengatakan uji reliabilitas adalah ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk - konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama - sama terhadap seluruh butir pertanyaan, jika  $\text{Alpha} > 0,60$  maka reliabel.

Dalam hal ini fasilitas yang diberikan oleh SPSS (*Statistical Package for Social Science*) dapat mengukur reliabilitas

dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Jika koefisien *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  maka instrumen tersebut dapat dikatakan handal (bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama) dan jika koefisien *Cronbach Alpha* yang  $< 0,60$  maka instrumen tersebut dapat dikatakan kurang handal (bila variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda).

### **3.6 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.6.1 Uji Normalitas**

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya (Amanullah, 2014). Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2013):

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau pun grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 3.6.2 Uji Multikolinearitas

Dalam pengertian sederhana, uji ini dilakukan untuk melihat setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregres terhadap variabel independen lainnya. Uji multikolinearitas bertujuan menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi. Suatu model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independennya (Amanullah, 2014). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* 0.10 atau sama dengan nilai VIF 10. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

### 3.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya dalam suatu model regresi (Amanullah, 2014). Ketika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, ini disebut homoskedastisitas, model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, ketika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, inilah yang disebut dengan heteroskedastisitas yang dapat dideteksi dengan beberapa cara ada atau tidaknya heteroskedasitas (Amanullah, 2014):

- a. Jika terdapat pola tertentu (misalnya bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### **3.7 Variabel Penelitian**

Pengukuran variabel dalam penelitian ini ada dua variabel yaitu:

#### **3.7.1 Variabel independen**

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, rediktor atau *antecedent* yang dalam bahasa indonesia sering disebut dengan variabel bebas dalam bahasa indonesia (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini variabel independen adalah persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, persepsi resiko, persepsi biaya dan kepatuhan syariah.

#### **3.7.2 Variabel dependen**

Variabel ini disebut sebagai variabel output, kriteria dan konsekuen atau sering disebut variabel terikat dalam bahasa indonesia. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau variabel akibat yang disebabkan oleh variabel bebas sebagai variabel penyebab. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat nasabah.

Indikator variabel penelitian:

1. Kemudahan penggunaan adalah interaksi antara individu dengan jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut, sistem mudah digunakan, mudah untuk mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang diinginkan individu (Cahyo, 2014).
2. Persepsi manfaat dilihat dari tingkat kemampuan sistem meningkatkan kinerja seseorang, menambah produktifitas dan keefektifan dalam pekerjaan (Cahyo, 2014).
3. Persepsi keamanan adalah sistem keamanan dan kerahasiaan bank (Cahyo, 2014).
4. Persepsi resiko adalah tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil resiko dari penggunaan sistem (Amijaya, 2010).
5. Persepsi biaya adalah kesanggupan dana yang dikeluarkan dari pemakaian suatu sistem (Rema dan Setyohadi, 2016)
6. Kepatuhan syariah adalah dari kesyariahan sistem, kenyamanan yang didapat dari kesyariahan suatu sistem.
7. Minat nasabah adalah berminat menggunakan dimasa sekarang dan masa yang akan datang, bermaksud menggunakan (Dewi dan Warmika, 2016)

### **3.8 Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dianalisis secara kuantitatif (angka-angka) yang dalam perhitungannya menggunakan metode

statistik dibantu dengan program pengolah data statistik yaitu IBM SPSS versi 20. Regresi linier berganda adalah regresi linier dimana sebuah variabel terikat (variabel Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (X) (Hasan, 2009). Analisis ini bermaksud mengetahui bagaimana pengaruh antar variabel independen dengan variabel dependen. Rumus regresi linear berganda berikut ini:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + e$$

Keterangan :

- Y : Minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*
- a : Konstanta
- X<sub>1</sub> : Skor dimensi variabel ke satu
- X<sub>2</sub> : Skor dimensi variabel ke dua
- b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> : Koefisien regresi parsial
- e : Hambatan

### 3.9 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu langkah untuk melakukan pengujian terhadap suatu keputusan yang belum pasti kebenarannya ditolak atau diterima keputusan tersebut. Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang dibuat mengandung ketidakpastian, mengandung resiko karena jawaban sebenarnya bisa benar bisa salah. Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan analisis regresi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

### 3.9.1 Uji t

Teknik ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, persepsi resiko, persepsi biaya, kepatuhan syariah terhadap minat dalam penggunaan *mobile banking*. Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung terhadap nilai t tabel, jika t hitung > t tabel maka dapat disimpulkan bahwa variabel X mempunyai pengaruh terhadap variabel Y, atau dengan melihat nilai signifikansi pada tabel uji t, jika nilai signifikansi > 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan variabel Xn berpengaruh signifikan terhadap variabel Y, begitu pula sebaliknya.

### 3.9.2 Uji F

Uji F adalah pengujian secara stimulan (bersama- sama) untuk mengetahui pengaruh antar masing – masing variabel independen yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, persepsi resiko, persepsi biaya, kepatuhan syariah terhadap minat dalam penggunaan *mobile banking*. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung terhadap nilai F tabel , jika F hitung > F tabel maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel X mempunyai pengaruh terhadap variabel Y, atau dengan melihat nilai signifikansi pada tabel uji t, jika nilai signifikansi > 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan variabel Xn berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Y, begitu pula sebaliknya.

### 3.9.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah mulai dari 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Nilai  $R^2$  yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel dalam model tersebut dapat mewakili permasalahan yang diteliti, karena dapat menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependennya (Amanullah, 2014). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen cukup terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependennya.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

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

##### **4.1.1 Sejarah Bank Syariah Mandiri**

Krisis multidimensi yang melanda Indonesia pada tahun 1997- 1998 membawa hikmah tersendiri bagi tonggak sejarah Sistem Perbankan Syariah di Indonesia. Di saat bank-bank konvensional terkena imbas dari krisis ekonomi, saat itulah berkembang pemikiran mengenai suatu konsep yang dapat menyelamatkan perekonomian dari ancaman krisis yang berkepanjangan (laporan tahunan Bank Syariah Mandiri, 2016).

Di sisi lain, untuk menyelamatkan perekonomian secara global, pemerintah mengambil inisiatif untuk melakukan penggabungan (merger) empat bank milik pemerintah, yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo, menjadi satu, satu Bank yang kokoh dengan nama PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemilik mayoritas PT Bank Susila Bakti (BSB). PT BSB merupakan salah satu Bank konvensional yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi. Untuk keluar dari krisis ekonomi, PT BSB juga melakukan upaya merger dengan beberapa Bank lain serta mengundang investor asing.

Sebagai tindak lanjut dari pemikiran Pengembangan Sistem Ekonomi Syariah, pemerintah memberlakukan UU No.10 tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*). Sebagai respon, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah, yang bertujuan untuk mengembangkan Layanan Perbankan Syariah di kelompok perusahaan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari Bank Konvensional menjadi Bank Syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB bertransformasi dari Bank Konvensional menjadi Bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri (BSM).

Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sebagai bank

syariah sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. PT Bank Syariah Mandiri hadir dan tampil dengan harmonisasi idealisme usaha dengan nilai-nilai spiritual. Bank Syariah Mandiri tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan keduanya, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmonisasi idealisme usaha dan nilai-nilai spiritual inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. Dalam penelitian ini, penelitian dilakukan di Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh.

#### **4.1.2 Layanan Keunggulan Aplikasi *E-banking* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam**

Setiap aplikasi dan layanan memiliki keunggulan tersendiri ada yang sama dan ada yang berbeda, untuk kerincian keunggulannya sesuai dengan produk aplikasi masing-masing *E-banking* pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam yaitu (Bank Syariah Mandiri, 2017):

1. *BSM Card*, keunggulannya adalah:
  - 1) Multi akses (ATM dan EDC).
  - 2) *Merchant discount*.
  - 3) Dapat digunakan di lebih dari 12.500 ATM Mandiri.
  - 4) Layanan *payment* di ATM Mandiri.
  - 5) Gratis biaya tarif penarikan di ATM Mandiri.
2. *BSM ATM*, keunggulannya adalah:
  - 1) Multi (bank) *card acceptance*.

- 2) Fitur lengkap.
  - 3) Dilengkapi pengaman *keypad* dan alat anti skimming.
3. BSM *Mobile banking* keunggulannya adalah:
- 1) Fitur unggulan (*Transfer online*, transfer POS, listrik prabayar).
  - 2) Berbasis GPRS
  - 3) Aman.
  - 4) Murah.
5. BSM *Net Banking* keunggulannya adalah:
- 1) Fitur unggulan (*transfer online, batch transfer, multi level account*, tranfer POS, listrik prabayar).
  - 2) Limit fleksibel.
  - 3) Aman.
6. BSM *Call 14040* keunggulannya adalah:
- 1) Fitur unggulan: kirim mutasi rekening via email dan fax.
7. BSM Notifikasi Transaksi keunggulannya adalah:
- 1) Informasi transaksi sesuai kebutuhan (debit/ credit dan nominal dapat disesuaikan kebutuhan).
  - 2) Notifikasi melalui email gratis.

#### **4.1.3 Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri**

a. Visi

Bank Syariah Terdepan dan Modern (*the leading & modern sharia bank*):

- 1) Bank terpercaya memberikan produk dan layanan terbaik untuk nasabah
  - 2) Profesionalisme, integritas dan team work untuk pegawai
  - 3) Laba tumbuh dan berkelanjutan untuk investor
- b. Misi
- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
  - 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
  - 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
  - 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
  - 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
  - 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan (Laporan Tahunan Bank Syariah Mandiri, 2016).

## 4.2 Deskripsi Responden

**Tabel 4.1**  
**Deskripsi Responden**

<b>Jenis_Kelamin</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
Laki-laki	20	50,0
Perempuan	20	50,0
Total	40	100,0
<b>Usia</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
17-25 tahun	22	55,0

26-40 tahun	18	45,0
40-60 tahun	0	0
>60 tahun	0	0
Total	40	100,0

**Tabel 4.1 Lanjutan**

<b>Status</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
Belum Kawin	28	70,0
Kawin	12	30,0
Total	100,0	100,0
<b>Pendidikan</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
SD	0	0
SMP	0	0
SMA	14	35,0
D3	14	35,0
Sarjana	12	30,0
Total	40	100,0
<b>Agama</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
Islam	40	100,0
Hindu	0	0
Budha	0	0
Kristen	0	0
Total	100	100,0
<b>Pendapatan</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
Kurang dari Rp. 2.000.000	8	20,0
Rp. 2.000.000 – Rp. 5.000.000	8	20,0
Rp. 5.000.000 – Rp. 8.000.000	24	60,0
Total	40	100,0

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas dapat diketahui jenis kelamin nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam yang diambil sebagai responden, menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki dan perempuan sama yaitu 20 orang (50%).

Usia nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh yang diambil sebagai responden, menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah berusia 17- 25 tahun yaitu sebanyak 22 orang (55%). Sedangkan sisanya yang berusia 26-40 tahun berjumlah 18 orang (45%).

Status nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh yang diambil sebagai responden, menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah yang belum kawin yaitu berjumlah 28 orang (70%). Sedangkan sisanya adalah responden yang sudah kawin yaitu berjumlah 12 orang (30%).

Pendidikan terakhir nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh yang diambil sebagai responden, menunjukkan bahwa responden yang memiliki jenjang pendidikan SMA/SMK/ sederajat yang berjumlah 14 orang (35%), D3 sebanyak 14 orang (35%), sisanya adalah sarjana yang berjumlah 12 orang (30%).

Agama nasabah *mobile banking* bank syariah mandiri KCP Darussalam Banda Aceh yang diambil sebagai responden, kesemuanya ber agama islam sebanyak 40 orang (100%)

Pendapatan rata-rata perbulan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh yang diambil sebagai

responden, menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah memiliki pendapatan Rp. 5.000.000 sampai dengan Rp. 8.000.000 yaitu berjumlah 24 orang (60%). Sedangkan sisanya memiliki pendapatan Rp. 2.000.000 – Rp. 5.000.000 berjumlah 8 orang (20%), pendapatan yang kurang dari Rp. 2.000.000 berjumlah 8 orang (20%).

### 4.3 Uji Validitas dan Reabilitas

#### 4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya butir-butir pertanyaan yang telah disusun dalam kuisisioner penelitian. Setelah dilakukan penyebaran angket pada 40 responden dengan butir pertanyaan sebanyak 20 pertanyaan, maka hasil diperoleh adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	r tabel n = 40	Pearson Corelation n = 40	Keterangan
<b>Persepsi Kemudahan Penggunaan</b>			
PKP1	0,2638	0,790	<b>Valid</b>
PKP2	0,2638	0,780	<b>Valid</b>
PKP3	0,2638	0,757	<b>Valid</b>
<b>Persepsi Manfaat</b>	0,2638		
PM1	0,2638	0,362	<b>Valid</b>
PM2	0,2638	0,717	<b>Valid</b>
PM3	0,2638	0,787	<b>Valid</b>
<b>Persepsi Keamanan</b>	0,2638		
PK1	0,2638	0,679	<b>Valid</b>
PK2	0,2638	0,735	<b>Valid</b>

PK3	0,2638	0,524	<b>Valid</b>
PK4	0,2638	0,608	<b>Valid</b>
<b>Persepsi Resiko</b>	0,2638		
PR1	0,2638	0,793	<b>Valid</b>
PR2	0,2638	0,613	<b>Valid</b>
PR3	0,2638	0,723	<b>Valid</b>
PR4	0,2638	0,733	<b>Valid</b>

**Tabel 4.2 – lanjutan**

<b>Variabel</b>	<b>r tabel n = 40</b>	<b>Pearson Corelation n = 40</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Persepsi Biaya</b>	0,2638		
<b>PB1</b>	0,2638	0,728	<b>Valid</b>
<b>PB2</b>	0,2638	0,714	<b>Valid</b>
<b>Kepatuhan Syariah</b>	0,2638		
<b>KS1</b>	0,2638	0,817	<b>Valid</b>
<b>KS2</b>	0,2638	0,829	<b>Valid</b>
<b>Minat Nasabah</b>	0,2638		
<b>MN1</b>	0,2638	0,741	<b>Valid</b>
<b>MN2</b>	0,2638	0,806	<b>Valid</b>

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan dalam instrumen adalah valid, dibuktikan dengan  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel. Valid tidaknya suatu pertanyaan dapat dilihat pada perbandingan  $r$  hitung (*pearson corelation*) dengan  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung (*pearson corelation*) lebih besar daripada  $r$  tabel maka pertanyaan-pertanyaan tersebut dinyatakan valid, begitu pula sebaliknya.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Dalam hal ini fasilitas yang diberikan oleh SPSS (*Statistical Package for Social Science*) dapat mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Jika koefisien *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  maka instrument tersebut dapat dikatakan handal (bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama) dan jika koefisien *Cronbach Alpha* yang  $< 0,60$  maka instrumen tersebut dapat dikatakan kurang handal (bila variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda).

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan	3	0,811	<b>Reliabel</b>
Persepsi Manfaat	3	0,728	<b>Reliabel</b>
Persepsi Keamanan	4	0,743	<b>Reliabel</b>
Persepsi Resiko	4	0,784	<b>Reliabel</b>
Persepsi Biaya	2	0,764	<b>Reliabel</b>
Kepatuhan Syariah	2	0,848	<b>Reliabel</b>
Minat Nasabah	2	0,812	<b>Reliabel</b>

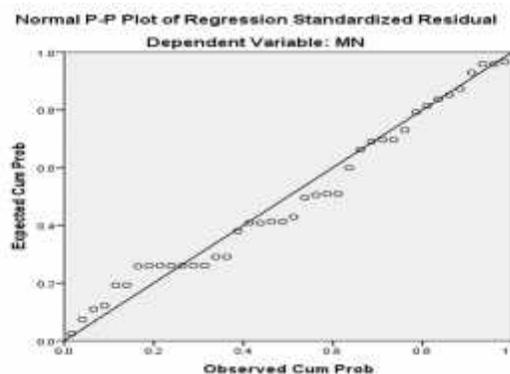
Sumber: Data primer diolah, 2018

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 20. Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa setiap pertanyaan atau pernyataan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel karena hasilnya menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari pada 0,6 artinya instrumen tersebut dapat dikatakan handal (bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama).

#### 4.4 Uji Asumsi Klasik

##### 4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Amanullah, 2014). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2006). Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *normal p-plot* dan histogram.



Sumber: data primer diolah, 2018

**Gambar 4.1** *Normal P-Plot*

Dapat dilihat dari gambar 4.1 di atas yang menunjukkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, hal ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas. Selain *normal p-plot*, peneliti juga menguji dengan Kolmogorov Smirnov:

**Tabel 4.4**  
**Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,88180414
Most Extreme Differences	Absolute	,134
	Positive	,069
	Negative	-,134
Kolmogorov-Smirnov Z		,845
Asymp. Sig. (2-tailed)		,472

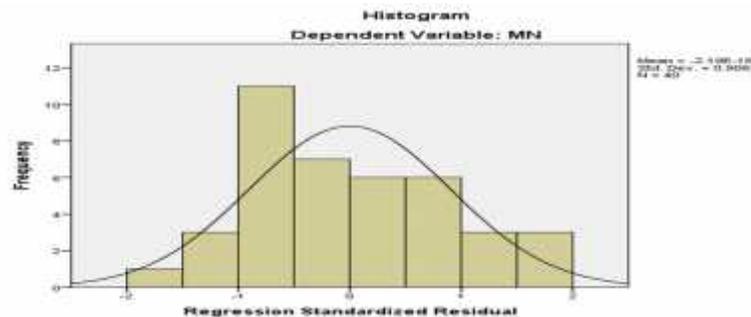
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada uji kolmogorov smirnov adalah 0,472 lebih besar

dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi secara normal.



Sumber: data primer diolah

**Gambar 4.2 : Histogram**

Tampilan grafik histogram, distribusi data membentuk lonceng (*bell shaped*), tidak condong ke kiri atau condong ke kanan sehingga data dengan pola seperti ini memiliki distribusi normal.

Dengan melihat grafik histogram maupun grafik *normal p-plot*, dapat disimpulkan grafik histogram memberikan pola yang seimbang. Sedangkan pada grafik *normal p-plot* terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas dan layak digunakan.

#### 4.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji *multikolinearitas* dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (*independen*) dalam suatu model regresi.

**Tabel 4.5**  
**Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 KM	.540	1.853
PM	.464	2.157
PK	.267	3.745
PR	.227	4.405
PB	.657	1.522
KS	.523	1.913

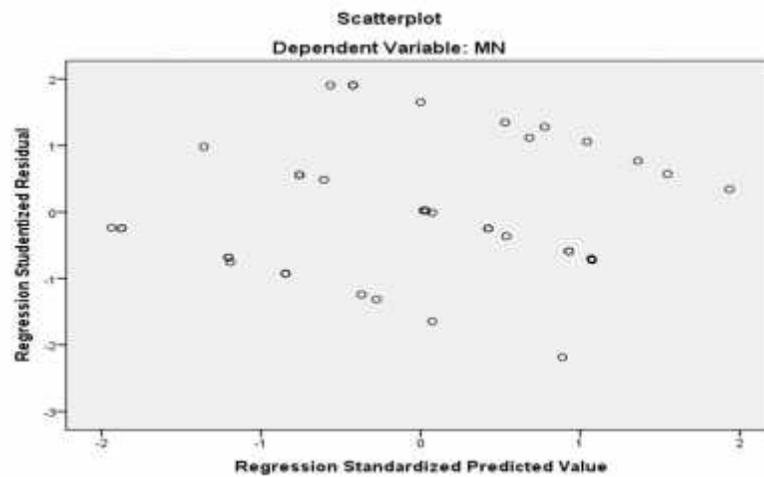
a. Dependent Variable: MN

Sumber: data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa setiap variabel independen memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10 atau nilai *tolerance value* yang lebih besar dari 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian yang dilakukan ini tidak terdapat hubungan *multikolinearitas* antar variabel independen.

#### 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya dalam suatu model regresi (Ghozali, 2013). Cara menganalisis asumsi *heteroskedastisitas* dengan melihat grafik *scatterplot*.



Sumber: data primer diolah, 2018

**Gambar 4.3** *Scatterplot*

Dari grafik *scatterplot* terlihat bahwa penyebaran data pada *scatterplot* tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan tidak terjadi problem *heteroskedastisitas*. Sehingga model regresi layak dipakai untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, persepsi resiko, persepsi biaya dan kepatuhan syariah terhadap minat nasabah.

#### 4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Pengaruh Variabel X Terhadap Y

**Tabel 4.7**  
**Uji Signifikansi Parameter Individual**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,052	1,669		1,829	,076
PKP	,401	,125	,625	3,209	,003
PM	-,101	,125	-,155	-,806	,426
1 PK	,284	,162	,447	1,748	,090
PR	-,351	,150	-,694	-2,338	,026
PB	-,049	,185	-,046	-,265	,793
KS	,306	,190	,292	1,612	,117

a. Dependent Variable: MN

Sumber: data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Minat nasabah = 3,052 + 0,401persepsi kemudahan penggunaan - 0,101persepsi manfaat + 0,284persepsi keamanan - 0,351persepsi resiko - 0,49persepsi biaya + 0,306kepatuhan syariah + e

### **1.5.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah**

Persepsi kemudahan penggunaan bernilai 0,401 yang berarti jika kemudahan penggunaan mengalami kenaikan 1% akan menyebabkan minat nasabah meningkat sebesar 40,1%, faktor ini menjadi faktor yang paling berpengaruh diantara faktor-faktor yang lain. Berdasarkan hasil jawaban responden dalam penelitian ini nasabah merasa cara penggunaan *mobile banking* mudah dimengerti, kebutuhan pengguna selalu direspon, dan fleksibel artinya mudah digunakan dimana saja dan kapan saja. Setiap orang berminat akan menggunakan suatu sistem tersebut, jika suatu sistem tersebut dapat memberikan kelebihan dan tidak memberatkan penggunaannya. Penelitian ini membuktikan bahwa kemudahan penggunaan sangat mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan dan berlangganan.

Hasil temuan ini konsisten dengan beberapa penelitian lainnya seperti Amijaya (2010), Laksamana, Rizky dan Dewantara (2015) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan terdapat pengaruh positif antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah dapat diterima.

### 1.5.2 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah

Persepsi manfaat bernilai - 0,101 yang berarti jika manfaat mengalami kenaikan 1% akan menyebabkan minat nasabah menurun sebesar 10%. Jika dilihat dari nilai signifikansinya 0,426 > 0,05 artinya variabel manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* bank syariah, ada faktor lain yang lebih dominan mempengaruhi minat selain kesan manfaat, misalnya mudah mengaksesnya, ada fasilitas dan kemampuan biaya yang memadai, dan lain-lain.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, nasabah masih merasa *mobile banking* tidak menambah produktifitas dalam pekerjaan mereka, sehingga memutuskan untuk tidak menggunakan *mobile banking*. Penemuan ini konsisten dengan penelitian (Wati, 2015) yang mengatakan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dikarenakan nasabah belum merasakan manfaat dari penggunaan *mobile banking* itu sendiri, sehingga memutuskan untuk tidak menggunakan. selain (Wati, 2016) hasil ini juga didukung oleh penelitian (Silvia, 2014) yang diperkuat oleh teori Davis (1989: 320) bahwa variabel manfaat berpengaruh negatif terhadap minat nasabah, karena kemungkinan para nasabah tidak mengoptimalkan daya guna atau pemanfaatan dari suatu sistem teknologi informasi yang ada. Selain itu, kemungkinan terjadi karena nasabah menggunakan sistem tersebut hanya sekedar mengikuti *trend* tanpa melihat kemanfaatan yang bisa diperoleh. Hasil penelitian Rema dan Setyohadi (2016) juga

tidak berpengaruh signifikan karena *mobile banking* bukan merupakan sistem atau aplikasi utama yang langsung responden gunakan dalam pekerjaan mereka sehingga manfaat langsung tidak terlalu dirasakan. Oleh sebab itu, sosialisasi mengenai manfaat harus ditingkatkan oleh pihak bank kepada nasabah. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan terdapat pengaruh positif antara persepsi manfaat terhadap minat nasabah ditolak.

### **1.5.3 Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah**

Persepsi keamanan bernilai 0,284 yang berarti jika tingkat keamanan mengalami kenaikan 1% akan menyebabkan minat nasabah meningkat sebesar 28,4%. Jika dilihat dari nilai signifikansinya  $0,090 > 0,05$  artinya persepsi keamanan mempunyai pengaruh positif terhadap minat nasabah tapi tidak signifikan. Kesan nasabah bahwa sistem keamanan yang ada di BSM KCP Darussalam sudah bagus namun faktor tersebut masih belum memberi kesan yang sangat berarti terhadap minat. *Mobile banking* merupakan suatu sistem berbasis jaringan teknologi yang rentan terhadap resiko kecurian, kehilangan dan kejahatan-kejahatan lainnya yang berhubungan dengan jaringan. Faktor keamanan dianggap penting untuk diperhatikan agar tidak terjadi kerugian bagi pihak nasabah maupun bank. Semakin tinggi tingkat keamanan yang dapat dijamin oleh pihak bank, semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakan sistem teknologi bank tersebut. Dari hasil penelitian diperoleh sebagian besar nasabah mobile

banking BSM KCP Darussalam merasa bank telah memberi tingkat keamanan dan kerahasiaan dari sistem *mobile banking* dengan baik. Penelitian ini konsisten dengan beberapa penelitian lainnya seperti Rema dan Setyohadi (2016), Hadi dan Novi (tanpa tahun) bahwa keamanan adalah faktor yang harus diperhatikan karena hal ini berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah dapat diterima.

#### **1.5.4 Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Minat Nasabah**

Persepsi resiko bernilai  $-0,351$  yang berarti jika risikonya meningkat 1% maka minat nasabah menurun hingga 35,1%. Jika dilihat dari tingkat signifikansinya  $0,026 < 0,05$  berarti persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Semakin tinggi resiko dari penggunaan suatu sistem, semakin sedikit minat seseorang untuk menggunakan sistem tersebut. Resiko tersebut meliputi resiko penipuan dan peniruan akun yang tidak bisa diantisipasi oleh bank, resiko kehilangan data, resiko keterlambatan transaksi, dan lain-lain. Hasil penemuan ini konsisten dengan hasil penelitian Hadi dan Novi (tanpa tahun) mengatakan bahwa nasabah tidak mau menanggung konsekuensi yang dapat merugikan mereka, transaksi *online* sangat erat kaitannya dengan resiko karena transaksi dilakukan secara tidak tatap muka dengan pihak bank. Maka dari itu, resiko yang harus bisa diminimalisir bahkan kalau bisa resiko tersebut dihilangkan

karena faktor resiko berpengaruh signifikan terhadap minat. Dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan persepsi resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah terbukti dan diterima.

### **1.5.5 Pengaruh Persepsi Biaya Terhadap Minat Nasabah**

Persepsi biaya bernilai -0,049 berarti jika jumlah biaya meningkat 1% maka minat nasabah menurun 4,9%. Jika dilihat dari nilai signifikansinya  $0,793 > 0,05$  hal ini berarti persepsi biaya mempunyai pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap minat nasabah, artinya faktor biaya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah namun faktor tersebut bukan menjadi faktor yang sangat berarti dalam mempengaruhi minat. Nasabah menginginkan biaya akses *mobile banking* tidak memberatkan, hemat tanpa harus datang ke bank. *Mobile banking* merupakan suatu aplikasi yang didownload, mengoperasikannya harus memiliki jaringan internet, pulsa atau kuota. Oleh sebab itu, pernyataan mengenai biaya ini menyangkut dana yang dikeluarkan. Semakin besar biaya yang dikeluarkan oleh nasabah, semakin menurun minat nasabah untuk menggunakannya. Variabel biaya berpengaruh negatif terhadap minat konsisten dengan hasil penelitian Rema dan Setyohadi (2016) semakin tinggi biaya yang dikeluarkan semakin menurun minat menggunakan. Dengan

demikian hipotesis kelima yang menyatakan persepsi biaya berpengaruh negatif terhadap minat nasabah dapat diterima.

#### **1.5.6 Pengaruh Persepsi Kepatuhan Syariah Terhadap Minat Nasabah**

Kepatuhan syariah bernilai 0,357 berarti bahwa jika tingkat kepatuhan syariah naik 1%, maka minat nasabah meningkat 30,6%. Jika dilihat dari nilai signifikansinya  $0,117 > 0,05$  berarti bahwa kepatuhan syariah mempunyai pengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap minat nasabah. Artinya, faktor kesyariahan suatu produk atau jasa juga dapat mempengaruhi minat, namun faktor tersebut tidak memiliki pengaruh yang sangat berarti terhadap minat. Sebagian orang berasumsi bahwa label “syariah” menjadi alasan seseorang untuk mencoba menggunakan sesuatu hal. Begitu pula dengan *mobile banking* bank syariah dimana prinsip operasionalnya sesuai syariah dan ada pengawasnya Dewan Pengawas Syariah (DPS). Dalam penelitian ini, membuktikan bahwa minat dapat dipengaruhi oleh kesyariahan suatu produk. Dengan demikian hipotesis keenam yang menyatakan persepsi kepatuhan syariah berpengaruh positif terhadap minat nasabah dapat diterima.

## 1.6 Uji F

Uji F pada dasarnya dilakukan untuk melihat apakah variabel independen yang dimasukkan dalam suatu model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan Uji F dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	7,349	6	1,225	2,587	,036 <sup>b</sup>
1 Residual	15,626	33	,474		
Total	22,975	39			

a. Dependent Variable: MN

b. Predictors: (Constant), KS, PM, PB, PK, KM, PR

Sumber: data primer diolah, 2018

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan, diperoleh nilai F hitung sebesar  $2,587 > F$  tabel  $2,39$  dengan nilai signifikansinya sebesar  $0,036$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel *independen* persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, persepsi resiko, persepsi biaya, dan tingkat kepatuhan syariah berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat nasabah. Selain menggunakan uji F, dapat juga dilihat dari uji  $R^2$  untuk menguji pengaruh keseluruhan variabel X terhadap variabel Y.

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

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) merupakan prediksi kesemua variabel *independen* terhadap variabel *dependen*.

**Tabel 4.9**  
**Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,566 <sup>a</sup>	,320	,196	,68812

a. Predictors: (Constant), KS, PM, PB, PK, KM, PR

Sumber: data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0,320 yang berarti 32% minat nasabah dapat dijelaskan oleh variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, persepsi resiko, persepsi biaya, kepatuhan syariah sebagai variabel independen, sisanya sebesar 68% dijelaskan oleh variabel lain.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian yang dilakukan mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* Bank Syariah (studi pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh). Berdasarkan hasil analisis regresi berganda menunjukkan sebagian besar hipotesis diterima, yaitu hipotesis pertama, hipotesis ketiga, hipotesis empat, hipotesis kelima dan hipotesis keenam. sedangkan hipotesis kedua dan gagal diterima. Adapun hasil analisis adalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* meliputi persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi keamanan (*perceived security*), persepsi resiko (*perceived risk*), persepsi biaya (*perceived financial cost*), dan persepsi kepatuhan syariah mempengaruhi variabel dependen yaitu minat nasabah.
2. Berdasarkan uji t yang didapatkan, secara parsial faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah adalah sebagai berikut:
  - 1) Persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* memperoleh hasil melalui uji t menunjukkan secara parsial kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa mudahnya

cara penggunaan sangat mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakannya.

- 2) Persepsi manfaat terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* memperoleh hasil melalui uji t menunjukkan secara parsial persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, artinya ada faktor lain yang lebih berpengaruh dari faktor manfaat.
- 3) Pengaruh persepsi keamanan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* memperoleh hasil melalui uji t menunjukkan secara parsial persepsi keamanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat nasabah.
- 4) Pengaruh persepsi resiko terhadap minat nasabah melalui uji t menunjukkan persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, semakin besar resiko pada penggunaan *mobile banking*, semakin menurun minat nasabah menggunakannya.
- 5) Persepsi biaya terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* menunjukkan kesan biaya mempunyai pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap minat.
- 6) Pengaruh kepatuhan syariah terhadap minat nasabah menunjukkan bahwa kepatuhan syariah mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat nasabah.

- 7) Secara simultan faktor-faktor persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi manfaat (*perceived of usefulness*), persepsi keamanan (*perceived security*), persepsi resiko (*perceived of risk*), persepsi biaya (*perceived financial cost*), dan persepsi kepatuhan syariah. menunjukkan melalui uji F dengan nilai 2,587 dengan nilai signifikansi 0,036 yang berarti semua variabel independen (X) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat nasabah.
3. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat nasabah adalah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian yang dilakukan terdapat beberapa keterbatasan meliputi:

1. Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel terikat (dependen) yaitu minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh.
2. Penelitian ini hanya terbatas pada objek penelitian tertentu yaitu nasabah yang pernah dan sedang menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh.

### 5.3 Saran

Dalam penelitian ini tentunya masih banyak ditemukan kekurangan, baik keterbatasan waktu, keterbatasan sumber data maupun keterbatasan yang bersumber dari penulis. Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini, peneliti menguji 6 variabel independen yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, persepsi resiko, persepsi biaya dan kepatuhan syariah terhadap satu variabel dependen yaitu minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* Bank syariah studi pada Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh. Agar memperoleh hasil yang lebih mendalam maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

- 1) Bank Syariah khususnya Bank Syariah Mandiri terus memberikan inovasi-inovasi produk yang terbaik dari sistem informasi yang ada khususnya *mobile banking*. penciptaan inovasi harus dibarengi dengan yang pertama cara akses yang mudah karena dalam penelitian ini yang paling mendorong minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* disebabkan dari mudahnya penggunaan, yang kedua adalah resiko yang harus diminimalisir, ketiga sistem keamanana harus ditingkatkan, keempat tingkat kepatuhan syariah yang terus dikembangkan dan dipertahankan, kelima adalah upayakan biaya yang murah karena dalam penelitian ini faktor biaya berpengaruh negatif terhadap minat nasabah dari penggunaan *mobile banking*.

- 2) Untuk penelitian lebih lanjut agar hasilnya lebih akurat dan lebih luas, dapat dilakukan dengan menambah atau mengganti variabel independen dengan variabel lain seperti informasi yang bisa diperoleh dari *mobile banking*, pengaruh sosial, kondisi-kondisi pemfasilitasi, letak geografis penduduk dan variabel-variabel lainnya yang mampu merangkum pengaruh terhadap minat.



## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan terjemahannya*.. Departemen Agama Republik Indonesia. Bandung: CV. Penerbit Depongoro
- Amanullah, Bastian. (2014). *Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking* (Survei Pada Nasabah Bank BCA Semarang)
- Amirullah. (2015). Populasi dan Sampel (pemahaman, jenis dan teknik) disarikan dari buku; *Metode Penelitian Manajemen*. Bayumedia Publishing Malang.
- Ardi, Muhammad & Aryani, Linda. (tanpa tahun). Hubungan Antara Persepsi Terhadap Organisasi dengan Minat Berorganisasi Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Suska. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim, Riau*.
- Chopipah, F. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Skripsi Oleh : 1434 H / 2013 M, 16.
- Dewi, ni M. A. (2016). Peran persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan perspsi resiko terhadap niat menggunakan, 5(4), 2606–2636.
- Hasan, Iqbal.( 2009). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Imradhani. (n.d.). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan *Computer Self Efficacy* terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 1–20.
- Kurnia, C., & Kusuma, E. S. . (1978). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan M-*

- Banking*, 1–13.
- L. Rema, Y. O., & Budianto, D. S. (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Mobile banking studi kasus : bri cabang bajawa* Rema, Yasinta, 114–122.
- Laksana, G. B., Astuti, E. S., & Dewantara, R. Y. (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 26(2), 1–8.
- Marliza, (2017). *Aplikasi Dan Keunggulan E-Banking Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam*, 3–44.
- Munthe, Surya Dharma, (2015), *Survei Kepuasan Konsumen Terhadap Pemanfaatan Layanan E-Banking Pada Bank-Bank Umum, Medan*
- Narastuti, Wiji. (2011). *Teknologi Perbankan*, Yogyakarta
- Pertiwi, F., & Adhivinna, V. V. (2012). Pengaruh Resiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Kemudahan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* di Yogyakarta (Studi Kasus pada Nasabah Bank Mandiri ), 421–434.
- Pratiwi, Devvy Pishela. (2012). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Pengalaman Terhadap Perilaku Penggunaan Mobile banking dengan Dimediasi Niat Penggunaan Mobile banking Nasabah BCA di Surabaya*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. Surabaya
- priambodo S., & Prabawani S, (2015). *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi resiko*

*terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (studi kasus pada masyarakat dikota Semarang).*

Rahayu, Imam Sugih, *Minat Nasabah Menggunakan Mobile banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)*, Yogyakarta

Suhir, M., Suyadi, I., & Riyadi. (n.d.). *Keputusan Pembelian Secara Online (Survei Terhadap Pengguna Situs Website www.Kaskus.co.id)*. 2014, 8(1).

Sulistiyarini, Suci. (2013). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile banking: Model Kombinasi *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory Of Planned Behaviour (TPB)*. *Jurnal Ekonomi. Universitas Brawijaya Malang*.

Sugiyono, (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumber lain:

([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)). diakses tanggal 31 oktober 2017 pukul 20.00 wib).

<http://www.syariahmandiri.co.id/catagory/layanan-24-jam/bsm-mobile-banking/> diakses pada tanggal 32 oktober 2017 pukul 12.00 wib

<http://mysharing.co/era-digital-perbankan-syariah/> diakses pada tanggal 2 januari 2018 pukul 20.00 wib

<http://hariannetral.com/2015/01/pengertian-bank-fungsi-dan-sejarah-bank.html> diakses pada tanggal 8 maret 2018 pukul 22.00 wib

[https:// www.statistikan.com](https://www.statistikan.com) diakses pada tanggal 9 maret 2018 pukul 21.45 wib

<http://www.kajianpustaka.com/2016/09/pengertian-fungsi-jenis-dan-cara-menyusun-hipotesis>, 2016 diakses pada tanggal 28 juni 2018 pukul 18:36 wib).



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Situs : [www.uin-arraniry-web.id/fakultas-ekonomi-dan-bisnis](http://www.uin-arraniry-web.id/fakultas-ekonomi-dan-bisnis)

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN AR-RANIRY DARUSSALAM BANDA ACEH**

Nomor : 2819/Un.08/FEBI/PP.00.9/11/2017

**T E N T A N G**

**Penetapan Pembimbing Skripsi  
Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah**

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran penulisan Skripsi mahasiswa Prodi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka dipandang perlu menunjukkan pembimbing Skripsi tersebut;
- b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat sebagai pembimbing Skripsi mahasiswa Prodi Perbankan Syariah.
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah No. 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden No. 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
5. Peraturan Menteri Agama RI No. 12 Tahun 2014, tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry;
6. Peraturan Menteri Agama RI No. 21 Tahun 2015, Tentang Statuta UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
7. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015, Tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur PPs UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

**MEMUTUSKAN**

Menetapkan :

- Pertama : Menunjuk Saudara (i) :
- |                               |                       |
|-------------------------------|-----------------------|
| a. Dr.Nevi Hasnita,S.Ag.,M.Ag | Sebagai Pembimbing I  |
| b. Zuliani,SE.,MM             | Sebagai Pembimbing II |
- untuk membimbing Skripsi Mahasiswa (i) :
- Nama : Nisa Ayu  
N I M : 140603110  
Prodi : Perbankan Syariah  
J u d u l : Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah menggunakan Mobile Banking

- Kedua : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini.
- Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh  
Pada tanggal : 14 November 2017

D e k a n,

  
Nazaruddin A. Wahid

Tembusan :

1. Rektor UIN Ar-Raniry;
2. Ketua Prodi Perbankan Syariah;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;
4. Arsip.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN FEBI UIN AR-RANIRY 2018

---

---

#### IDENTITAS RESPONDEN

#### PROFIL NASABAH *MOBILE BANKING* BANK SYARIAH MANDIRI KCP DARUSSALAM BANDA ACEH

Asslamualaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Kuisisioner ini disusun oleh Nisa Ayu Purwati, mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Penelitian ini dalam rangka penyelesaian mata kuliah akhir atau skripsi yang berfokus pada Bank Syariah Mandiri di Kota Banda Aceh. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* serta hubungan atau pengaruh antara faktor-faktor tersebut dengan minat nasabah.

Partisipasi anda dalam penelitian ini sangat diharapkan untuk berkontribusi mencari tahu apa saja faktor yang mempengaruhi minat dalam penggunaan *mobile banking*. Anda dapat memberi tanda ceklis (√) pada jawaban yang paling tepat menurut anda. Kerahasiaan dan identitas anda akan dilindungi, anda tidak akan diidentifikasi. Survei ini hanya digunakan untuk tujuan dari skripsi ini.

Partisipasi anda akan sangat dihargai  
Terima kasih,

Nisa Ayu Purwati  
[nisaa7876@gmail.com](mailto:nisaa7876@gmail.com)

### Profil Responden

1. Jenis kelamin:
  - Laki-laki
  - Perempuan
2. Usia:
  - 17-25 tahun
  - 26-40 tahun
  - 41-60 tahun
  - >60 tahun
3. Status:
  - Belum kawin
  - Kawin
  - Lainnya, tolong diisi...
4. Pendidikan terakhir anda saat ini:
  - SD
  - SMP
  - SMU
5. Agama:
  - Islam
  - Hindu
  - Budha
  - Kristen
  - Lainnya, tolong diisi...
6. Pendapatan:
  - Rp. < 2.000.000
  - Rp. 2.000.000 – Rp. 5.000.000
  - Rp. 5.000.000 – Rp. 8.000.000

Pernyataan-pernyataan berikut adalah item-item mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dalam penggunaan *mobile banking*. Untuk itu mohon saudara/i memberi tanda tick ( ) dari setiap pernyataan berikut sesuai dengan pengalaman setelah saudara/i menggunakan layanan *mobile banking* dengan keterangan sebagai berikut:

1 = STS (Sangat Tidak Setuju)

2 = TS (Tidak Setuju)

3 = S (Setuju)

4 = SS (Sangat Setuju)

## 1. Persepsi Kemudahan Penggunaan

No	Saya menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena:				
	STS	TS	S	SS	
	1	2	3	4	
1.	Mudah dimengerti cara menggunakannya				
2	Kebutuhan pengguna selalu direspon dengan baik				
3	Fleksibel karena mudah dilakukan dimana saja dan kapan saja				

## 2. Persepsi Manfaat

No	Saya menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena:				
	STS	TS	S	SS	
	1	2	3	4	
4	Menjadikan pekerjaan saya lebih cepat terselesaikan				
5	Hemat waktu dan tenaga dalam bertransaksi (misal: bayar listrik, telepon, pajak, kartu kredit, dan lain-lain)				
6	Menambah produktifitas (pencapaian) dalam pekerjaan				

## 3. Persepsi Keamanan

No	Saya menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena:				
	STS	TS	S	SS	
	1	2	3	4	
7	Bank memiliki pengendalian cukup baik untuk melindungi data pribadi dan keuangan saya.				
8	Bank memberikan jaminan keamanan saldo di rekening saya				
9	Adanya jaminan bank bahwa uang yang ditransfer/dibayar sampai pada tujuan yang tepat				
10	Saya yakin bahwa data yang diproses oleh bank dalam transaksi <i>mobile banking</i> tidak disalahgunakan				

## 4. Persepsi Resiko

No	Saya menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena:				
	STS	TS	S	SS	
	1	2	3	4	
12	Resiko kehilangan uang yang ditabung dijamin aman				
13	Bank dapat menjamin setiap kebutuhan nasabah dalam bertransaksi				
14	Resiko kehilangan data penting dijamin aman				
15	Resiko penipuan dan peniruan akun dapat ditangani bank				

## 5. Persepsi Biaya

No	Saya menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena:				
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
16	Menghemat biaya daripada harus mendatangi langsung ke bank				
17	Dana yang dikeluarkan saat menggunakan sistem ini tidak memberatkan				

## 6. Kepatuhan Syariah

No	Saya menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena:				
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
18	Transaksi menggunakan <i>mobile banking</i> mengandung unsur syariah				
19	Nyaman dengan sistem syariahnya				

## 7. Minat Nasabah

No	Saya menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena:				
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
20	Berminat menggunakan <i>mobile banking</i> dimasa yang akan datang				
21	<i>Mobile banking</i> salah satu sistem teknologi yang patut digunakan dan dikembangkan				

## Lampiran 2: Jawaban Responden

No Responden	Deskripsi Responden					
	Jenis Kelamin	Usia	Status	Pendidikan	agama	Pendapatan
1	2	1	1	4	1	3
2	1	2	2	4	1	3
3	1	1	1	4	1	3
4	2	2	2	5	1	3
5	1	1	1	3	1	2
6	1	2	2	5	1	3
7	1	2	2	3	1	2
8	1	2	2	3	1	2
9	2	1	1	5	1	3
10	2	1	1	4	1	3
11	1	2	2	5	1	3
12	1	2	2	5	1	3
13	2	1	1	5	1	3
14	2	1	1	5	1	3
15	2	1	1	4	1	3
16	2	1	1	3	1	2
17	2	1	1	4	1	3
18	2	1	1	4	1	3
19	2	1	1	4	1	3
20	2	1	1	4	1	3
21	2	1	1	3	1	2
22	2	1	1	3	1	2
23	2	1	1	3	1	1
24	1	1	1	4	1	1
25	1	2	1	3	1	1
26	2	1	1	3	1	1
27	2	1	1	3	1	1
28	1	2	1	5	1	2
29	1	2	1	3	1	1

### Lampiran 2 – lanjutan

30	1	2	1	3	1	1
31	1	2	1	3	1	1
32	1	2	2	5	1	3
33	1	2	2	5	1	3
34	2	1	1	4	1	3
35	2	2	1	4	1	3
36	1	2	2	4	1	3
37	1	1	1	4	1	3
38	2	2	2	5	1	3
39	1	1	1	3	1	2
40	1	2	2	5	1	3

### Frekuensi Deskripsi Responden :

<b>Jenis_Kelamin</b>	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<b>Usia (Tahun)</b>	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Laki-laki	20	50,0	17-25	22	55,0
Perempuan	20	50,0	26-40	18	45,0
Total	40	100,0	40-60	0	0
			>60	0	0
			Total	40	100,0
<b>Status</b>	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<b>Pendidikan</b>	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Belum Kawin	28	70,0	SD	0	0
Kawin	12	30,0	SMP	0	0
Total	100,0	100,0	SMA	14	35,0
			D3	14	35,0
			Sarjana	12	30,0
			Total	40	100,0
<b>Agama</b>	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<b>Pendapatan</b>	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Islam	40	100,0	<2.000.000	8	20,0
Hindu	0	0	Rp 2.000.000		
Budha	0	0	-	8	20,0
Kristen	0	0	Rp 5.000.000		
Total	100	100,0	Rp 5.000.000		
			-	24	60,0
			Rp 8.000.000		
			Total	40	100,0



**Jawaban Kuisisioner – lanjutan**

No	PKP1	PKP2	PKP3	PM1	PM2	PM3	PK1	PK2	PK3	PK4
28	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
29	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3
32	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
33	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3
34	3	3	3	4	2	2	3	3	4	4
35	3	3	4	4	3	2	3	3	4	3
36	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3
37	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3
38	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3
39	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4
40	3	2	3	3	4	2	3	4	3	4



**Jawaban Kuisisioner – lanjutan**

No	PR1	PR2	PR3	PR4	PB1	PB2	KS1	KS2	MN1	MN2
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
28	2	3	3	3	4	3	3	4	3	4
29	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
32	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
33	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
34	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4
35	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4
36	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4
37	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4
38	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4
39	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
40	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3

### Frekuensi Jawaban Kuisisioner Responden:

#### 1. Persepsi Kemudahan Penggunaan

##### PKP1

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Valid Setuju	31	77,5
Sangat Setuju	9	22,5
Total	40	100,0

##### PKP2

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Valid Tidak Setuju	2	5,0
Setuju	26	65,0
Sangat Setuju	12	30,0
Total	40	100,0

##### PKP3

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Valid Tidak Setuju	2	5,0
Setuju	22	55,0
Sangat Setuju	16	40,0
Total	40	100,0

## 2. Persepsi Manfaat

**PM1**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Setuju	27	67,5
Valid Sangat Setuju	13	32,5
Total	40	100,0

**PM2**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Tidak Setuju	2	5,0
Valid Setuju	25	62,5
Sangat Setuju	13	32,5
Total	40	100,0

**PM3**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Tidak Setuju	10	25,0
Valid Setuju	16	40,0
Sangat Setuju	14	35,0
Total	40	100,0

### 3. Persepsi Keamanan

#### PK1

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Tidak Setuju	1	2,5
Valid Setuju	32	80,0
Sangat Setuju	7	17,5
Total	40	100,0

#### PK2

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Tidak Setuju	1	2,5
Valid Setuju	27	67,5
Sangat Setuju	12	30,0
Total	40	100,0

#### PK3

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Setuju	20	50,0
Valid Sangat Setuju	20	50,0
Total	40	100,0

#### PK4

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Setuju	28	70,0
Valid Sangat Setuju	12	30,0
Total	40	100,0

## 4. Persepsi Resiko

**PR1**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Tidak Setuju	2	5,0
Valid Setuju	26	65,0
Sangat Setuju	12	30,0
Total	40	100,0

**PR2**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Tidak Setuju	4	10,0
Valid Setuju	28	70,0
Sangat Setuju	8	20,0
Total	40	100,0

**PR3**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Tidak Setuju	1	2,5
Valid Setuju	29	72,5
Sangat Setuju	10	25,0
Total	40	100,0

## 5. Persepsi Biaya

**PB1**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Setuju	23	57,5
Valid Sangat Setuju	17	42,5
Total	40	100,0

**PB2**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Setuju	15	37,5
Valid Sangat Setuju	25	62,5
Total	40	100,0

## 6. Persepsi Kepatuhan Syariah

**KS1**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Setuju	30	75,0
Valid Sangat Setuju	10	25,0
Total	40	100,0

**KS2**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Setuju	11	27,5
Valid Sangat Setuju	29	72,5
Total	40	100,0

## 7. Minat Nasabah

**MN1**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Setuju	28	70,0
MN1 Sangat Setuju	12	30,0
Total	40	100,0

**MN2**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Tidak Setuju	1	2,5
Valid Setuju	11	27,5
Sangat Setuju	28	70,0
Total	40	100,0

### Lampiran 3 : Uji Validitas

#### 1. Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

		Correlations			
		KM1	KM2	KM3	KM
KM1	Pearson Correlation	1	.530**	.403**	.790**
	Sig. (2-tailed)		.000	.010	.000
	N	40	40	40	40
KM2	Pearson Correlation	.530**	1	.285	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000		.074	.000
	N	40	40	40	40
KM3	Pearson Correlation	.403**	.285	1	.757**
	Sig. (2-tailed)	.010	.074		.000
	N	40	40	40	40
KM	Pearson Correlation	.790**	.780**	.757**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

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

#### 2. Uji Validitas Variabel Manfaat

		Correlations			
		PM1	PM2	PM3	PM
PM1	Pearson Correlation	1	.041	-.090	.362*
	Sig. (2-tailed)		.799	.579	.022
	N	40	40	40	40
PM2	Pearson Correlation	.041	1	.351*	.717**
	Sig. (2-tailed)	.799		.026	.000
	N	40	40	40	40
PM3	Pearson Correlation	-.090	.351*	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.579	.026		.000
	N	40	40	40	40
PM	Pearson Correlation	.362*	.717**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.022	.000	.000	
	N	40	40	40	40

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

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

## 3. Uji Validitas Variabel Keamanan

**Correlations**

		PK1	PK2	PK3	PK4	PK
PK1	Pearson Correlation	1	.398*	.119	.285	.679**
	Sig. (2-tailed)		.011	.466	.075	.000
	N	40	40	40	40	40
PK2	Pearson Correlation	.398*	1	.150	.295	.735**
	Sig. (2-tailed)	.011		.355	.065	.000
	N	40	40	40	40	40
PK3	Pearson Correlation	.119	.150	1	.000	.524**
	Sig. (2-tailed)	.466	.355		1.000	.001
	N	40	40	40	40	40
PK4	Pearson Correlation	.285	.295	.000	1	.608**
	Sig. (2-tailed)	.075	.065	1.000		.000
	N	40	40	40	40	40
PK	Pearson Correlation	.679**	.735**	.524**	.608**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	
	N	40	40	40	40	40

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

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

## 4. Uji Validitas Variabel Resiko

**Correlations**

		PR1	PR2	PR3	PR4	PR
PR1	Pearson Correlation	1	.260	.369*	.618**	.793**
	Sig. (2-tailed)		.106	.019	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
PR2	Pearson Correlation	.260	1	.402*	.093	.613**
	Sig. (2-tailed)	.106		.010	.567	.000
	N	40	40	40	40	40
PR3	Pearson Correlation	.369*	.402*	1	.359*	.723**
	Sig. (2-tailed)	.019	.010		.023	.000
	N	40	40	40	40	40
PR4	Pearson Correlation	.618**	.093	.359*	1	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.567	.023		.000
	N	40	40	40	40	40
PR	Pearson Correlation	.793**	.613**	.723**	.733**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40

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

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

## 5. Uji Validitas Variabel Persepsi Biaya

		PB1	PB2	PB
PB1	Pearson Correlation	1	.039	.728**
	Sig. (2-tailed)		.810	.000
	N	40	40	40
PB2	Pearson Correlation	.039	1	.714**
	Sig. (2-tailed)	.810		.000
	N	40	40	40
PB	Pearson Correlation	.728**	.714**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	40	40	40

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

## 6. Uji Validitas Persepsi Kepatuhan Syariah

		KS1	KS2	KS
KS1	Pearson Correlation	1	.356*	.817**
	Sig. (2-tailed)		.024	.000
	N	40	40	40
KS2	Pearson Correlation	.356*	1	.829**
	Sig. (2-tailed)	.024		.000
	N	40	40	40
KS	Pearson Correlation	.817**	.829**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	40	40	40

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

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

## 7. Uji Validitas Variabel Minat Nasabah

		Correlations		
		MN1	MN2	MN
MN1	Pearson Correlation	1	.200	.741**
	Sig. (2-tailed)		.217	.000
	N	40	40	40
MN2	Pearson Correlation	.200	1	.806**
	Sig. (2-tailed)	.217		.000
	N	40	40	40
MN	Pearson Correlation	.741**	.806**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	40	40	40

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

**Lampiran 4: Uji Reliabilitas**

## 1. Uji Reliabel Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.811	3

## 2. Uji Reliabel Variabel Persepsi Manfaat

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.728	3

## 3. Uji Reliabel Variabel Persepsi Keamanan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.743	4

## 4. Uji Reliabel Variabel Persepsi Resiko

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	4

## 5. Uji Reliabel Variabel Persepsi Biaya

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	2

## 6. Uji Reliabel Variabel Persepsi Kepatuhan Syariah

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.848	2

## 7. Uji Reliabel Variabel Minat Nasabah

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.812	2

**Lampiran 5: Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.566 <sup>a</sup>	.320	.196	.688

a. Predictors: (Constant), KS, PM, PB, PK, KM, PR

**Lampiran 6: Uji F****ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7,349	6	1,225	2,587	,036 <sup>b</sup>
	Residual	15,626	33	,474		
	Total	22,975	39			

a. Dependent Variable: MN

b. Predictors: (Constant), KS, PM, PB, PK, KM, PR

**Lampiran 7: Uji t****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,052	1,669		1,829	,076
	KM	,401	,125	,625	3,209	,003
	PM	-,101	,125	-,155	-,806	,426
	PK	,284	,162	,447	1,748	,090
	PR	-,351	,150	-,694	-2,338	,026
	PB	-,049	,185	-,046	-,265	,793
	KS	,306	,190	,292	1,612	,117

a. Dependent Variable: MN

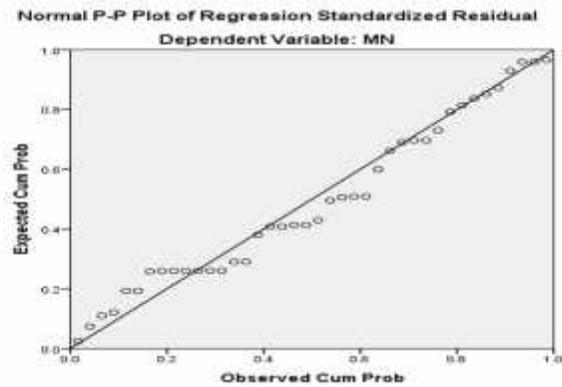
## Lampiran 8: Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,052	1,669		1,829	,076
KM	,401	,125	,625	3,209	,003
PM	-,101	,125	-,155	-,806	,426
PK	,284	,162	,447	1,748	,090
PR	-,351	,150	-,694	-2,338	,026
PB	-,049	,185	-,046	-,265	,793
KS	,306	,190	,292	1,612	,117

a. Dependent Variable: MN

## Lampiran 9: Uji Normalitas

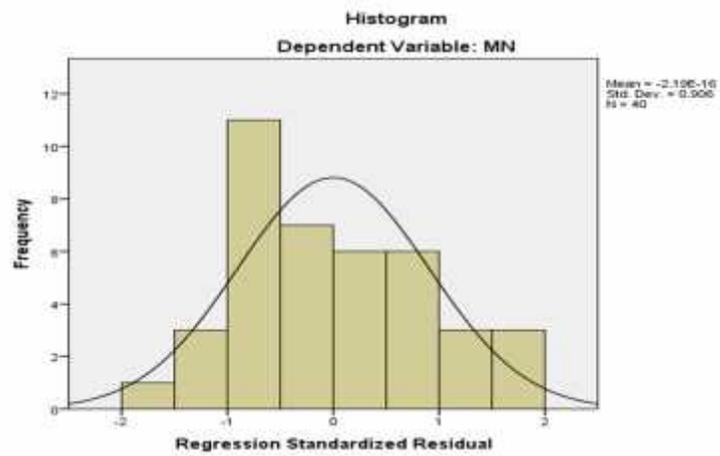


### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,88180414
	Absolute	,134
Most Extreme Differences	Positive	,069
	Negative	-,134
Kolmogorov-Smirnov Z		,845
Asymp. Sig. (2-tailed)		,472

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



## Lampiran 10: Uji Multikolinearitas

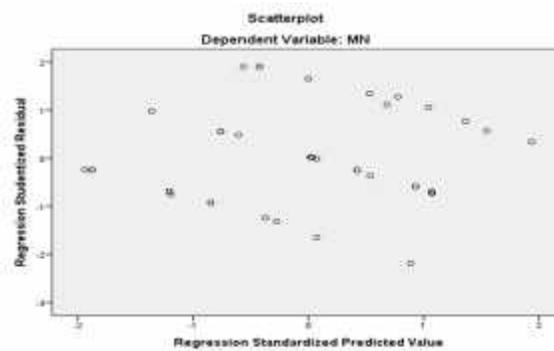
### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	KM	.540	1.853
	PM	.464	2.157
	PK	.267	3.745
	PR	.227	4.405
	PB	.657	1.522
	KS	.523	1.913

a. Dependent Variable: MN

sumber: data diolah, 2018

## Lampiran 11: Uji Heteroksiditas



## **Riwayat Hidup**

Nama lengkap : Nisa Ayu Purwati  
Tempat/Tanggal lahir : Desa Mesjid/29 Januari 1997  
Jenis kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Kebangsaan/suku : Indonesia/Aceh  
Status : Belum Kawin  
Pekerjaan/NIM : Mahasiswa/140603110  
Alamat : Blangkrueng, Aceh Besar  
Nomor Telepon : 0812 6924 2427  
Email : nisaa7876@gmail.com

## **Riwayat Pendidikan**

2002-2008 : SDN Padang Kawa  
2008-2011 : SMPN 1 Tangan-Tangan Aceh Barat Daya  
2011-2014 : MAN Blangpidie  
2014-2018 : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

## **Pengalaman Organisasi:**

2013-2014 : Leader of English Club at MAN Blangpidie  
2015-2016 : Bendahara Umum Persatuan Mahasiswi  
Tangan-Tangan (PERMAPETA) Kabupaten  
Aceh Barat Daya  
2017-2018 : Pengurus Al-Mahira Bidang Media

Banda Aceh, 3 Agustus 2018  
Penulis

Nisa Ayu Purwati