

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
MINAT NASABAH UNTUK MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* DI TENGAH PANDEMI COVID-
19 PADA BANK SYARIAH**

(Studi kasus pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Demak)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh:

ADE SETIAWAN

NIM. 1805036113

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG

2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
An. Saudara.
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah Skripsi saudara :

Nama : Ade Setiawan
NIM : 1805036113
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH UNTUK MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* DI TENGAH PANDEMI COVID-19 PADA BANK SYARIAH**
(Studi kasus pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Demak)

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan. Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 24 Juni 2022

Pembimbing I

Dr. Nur Fatoni, M.Ag.

NIP.197308112000031004

Pembimbing II

Nur Aini Fitriya Ardiani Aniqoh,
S.IP., MBA.

NIP. 198805252019032011



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax. (024) 7624691 Semarang 50185

PENGESAHAN

Naskah skripsi dengan:

Judul : Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan *Mobile Banking* Di Tengah Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah (Studi kasus pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Demak)

Nama : Ade Setiawan
NIM : 1805036113
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang munaqasyah oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus pada tanggal 9 September 2022.

Dengan demikian dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (satu) Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 9 September 2022

Ketua Sidang

Naili Saadah, M.Si.
NIP.198803312019032012

Sekretaris Sidang

Nur Aini Fitriya Ardiani Aniqoh, S.IP., MBA.
NIP. 198805252019032011

Penguji I

Riska Wijayanti, M.H.
NIP. 199304082019032019



Penguji II

Choirul Huda, M.Ag.
NIP. 197601092005011002

Pembimbing I

Dr. Nur Fatoni, M.Ag.
NIP.197308112000031004

Pembimbing II

Nur Aini Fitriya Ardiani Aniqoh, S.IP., MBA
NIP. 198805252019032011

MOTTO HIDUP

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

Artinya “Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia (lainnya).”¹

¹ Sulaiman Bin Ahmad Al-Ṭabrānī, *Al-Mu'jam Al-Ausaf Al-Juz' Al-Sādis*, Kairo: Dār Al-Ḥaramain, 1995, h. 58.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puja dan puji hanya bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat serta iman. Tak lupa shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Semoga kita mendapat syafa'atnya baik di dunia maupun di akhirat. Dengan rasa penuh bahagia saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Ibu saya, Soimatun. Beliau merupakan perempuan yang kuat, hebat dan teladan serta selalu memberikan apapun yang terbaik untuk anak-anaknya, beliau menjadi alasan untuk selalu semangat dalam menjalani kehidupan, berkat do'a dan usaha beliau saya bisa menempuh pendidikan yang lebih tinggi. Semoga selalu diberikan kesehatan, panjang umur dan selalu dalam lindungan-NYA.
2. Bapak saya, Masrokan. Sosok bapak yang selalu menjadi panutan dan motivasi berkat didikan dan atas usaha jerih payah beliau, saya bisa menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Semoga selalu diberikan umur panjang, kesehatan dan selalu dalam lindungan-Nya.
3. Fatki Nur Dian Sah dan Keysa Salsabela, Adik-adik saya, kedua adek-adek saya yang sangat saya sayangi dan menjadi salah satu penyemangat saya. Semoga mereka dapat meraih cita-citanya dan menjadi adek-adek yang soleh solekhah serta selalu dalam tuntunan dan lindungan-Nya.
4. Keluarga besar saya khususnya bibi saya, Khodijah, beliau merupakan bibi yang sangat baik hati yang telah membantu merawat dan menjaga saya saat kecil menjadi salah satu sosok yang menjadi motivasi dan semangat. Semoga selalu diberikan kesehatan dan panjang umur.
5. Dosen pembimbing saya, pak Dr. Nur Fatoni, M.Ag. dan ibu Nur Aini Fitriya Ardiani Aniqoh, S.IP., MBA. Yang dengan tulus dan sabar dalam memberikan bimbingan serta arahan dalam proses penyusunan skripsi saya. Semoga menjadi amal baik dan diberi umur panjang, kesehatan serta selalu dalam lindungan-Nya.
6. Semua guru-guru saya yang telah mendidik dan memberikan ilmunya kepada saya, semoga selalu diberikan kesehatan dan panjang umur.
7. Teman sekelas keluarga besar perbankan syariah C angkatan 2018, dan teman-teman santri pondok pesantren Raudlatut Tholibin angkatan 2018 yang telah menemani semoga selalu diberikan kesuksesan.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan penuh tanggungjawab, dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pemikiran-pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan oleh penulis.

Semarang, 24 juni 2022

Deklarator



Ade Setiawan

PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ء = ‘	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

ا = a

ي = i

و = u

C. Diftong

أَي = ay

أَو = aw

D. Syaddah (-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطَّيِّبَةُ *al-thibb*.

E. Kata Sandang

Kata sandang (... ال) ditulis dengan al- ... misalnya الصَّعِيْقُ = *al-shina'ah*. Al- ditulis huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbuthah (ة)

Setiap ta' marbuthah ditulis dengan “h” misalnya الطَّيِّبَةُ الْمَعِيْشَةُ = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

ABSTRACT

The existence of the covid-19 pandemic that has hit all over the world, especially in Indonesia, requires people to reduce mobility and avoid activities outside the home to prevent the transmission of the covid-19 virus. *mobile banking* can be a solution for customers to still be able to carry out banking transactions anytime and anywhere without having to come directly to the bank in the midst of the covid-19 pandemic. The purpose of this study is to determine and explain the effect of perceived benefits, trustworthiness and service quality on customer interest in using *mobile banking* in the midst of the covid-19 pandemic at BSI KCP Demak. Based on the explanation above, the formulation of the problem is obtained, namely whether the perception of benefits has an effect and is significant on customer interest in using *mobile banking* in the midst of the covid-19 pandemic on Islamic banks at BSI KCP Demak? whether trust has a significant and significant effect on customer interest in using *mobile banking* in the midst of the covid-19 pandemic for BSI KCP Demak customers? Does service quality have a significant and significant effect on customer interest in using *mobile banking* in the midst of the covid-19 pandemic for BSI KCP Demak customers? whether perceived benefits, trustworthiness and service quality together affect customer interest in using *mobile banking* in the midst of the covid-19 pandemic on BSI KCP Demak customers?. With quantitative methods and customer research objects that use *mobile banking*. Sampling using techniques *simple random sampling*. Then the data analysis technique used descriptive test, validity, reliability, multiple linear regression analysis, and with hypothesis testing in the form of F test, t test and coefficient of determination (R^2).

Based on the results of the study, it is known that the trust variable has no effect on customer interest in using *mobile banking* in the midst of the covid-19 pandemic at BSI KCP Demak. With the description of the conclusion that partially the perceived benefit variable (X_1) and service quality variable (X_3) have a positive and significant effect, while the trust variable (X_2) has no effect on customer interest in using *mobile banking* in the midst of the covid-19 pandemic at BSI KCP Demak (Y) then simultaneously perceptions of benefits, trust and service quality affect customer interest in using *mobile banking* in the midst of the covid-19 pandemic at BSI KCP Demak. With the limitations and shortcomings of this study, the researcher provides suggestions for further researchers to be able to add variables that further influence interest in using *mobile banking* and increase the research sample.

Keywords: perceived benefits, trust, service quality, *mobile banking*

ABSTRAK

Adanya pandemi covid-19 yang melanda di seluruh dunia khususnya di Indonesia mengharuskan masyarakat untuk mengurangi mobilitas dan menghindari aktivitas di luar rumah untuk mencegah penularan virus covid-19, adanya layanan *mobile banking* dapat menjadi solusi bagi nasabah untuk tetap dapat melakukan transaksi perbankan kapan saja dan dimana saja tanpa harus datang langsung ke bank di tengah pandemi covid-19. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh persepsi manfaat, kepercayaan dan kualitas layanan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 di BSI KCP Demak. Berdasarkan penjelasan di atas diperoleh rumusan masalah yaitu apakah persepsi manfaat berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada bank syariah di BSI KCP Demak? apakah kepercayaan berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada nasabah BSI KCP Demak ? apakah kualitas layanan berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada nasabah BSI KCP Demak ? apakah persepsi manfaat, kepercayaan dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada nasabah BSI KCP Demak?. Dengan metode kuantitatif dan objek penelitian nasabah yang menggunakan *mobile banking*. Pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*. Kemudian teknik analisis data menggunakan uji deskriptif, validitas, reliabilitas, analisis regresi linier berganda, dan dengan uji hipotesis berupa uji F, uji t dan koefisien determinasi (R^2).

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada BSI KCP Demak. Dengan uraian kesimpulan yaitu secara parsial variabel persepsi manfaat (X1) dan variabel kualitas layanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan sedangkan variabel kepercayaan (X2) tidak berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 di BSI KCP Demak (Y) kemudian secara simultan persepsi manfaat, kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 di BSI KCP Demak. Dengan keterbatasan dan kekurangan pada penelitian ini, peneliti memberikan saran untuk peneliti selanjutnya untuk dapat menambah variabel yang lebih mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking* dan memperbanyak sampel penelitian.

Kata kunci : persepsi manfaat, kepercayaan, kualitas layanan, *mobile banking*

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Alloh SWT yang mana telah memberikan segala nikmat dan melimpahkan rahmat, hidayah dan taufiq serta inayah Nya, sehingga dengan pertolongan Alloh SWT penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH UNTUK MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* DI TENGAH PANDEMI COVID-19 PADA BANK SYARIAH (Studi kasus pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Demak)”** dengan lancar. Penulis sendiri sangat menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud dan terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, motivasi dan bimbingan dari berbagai pihak.

Skripsi ini disusun guna memenuhi dan melengkapi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Jurusan S1 Perbankan Syariah. Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini mendapatkan banyak bantuan baik berupa moril maupun materiil dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini dengan rasa hormat yang dalam penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Imam Taufiq, M. Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. Muhammad Saifullah, M. Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan izin penelitian untuk keperluan penyusunan skripsi.
3. Ibu Heny Yuningrum, SE., M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Ibu Muyassarah, MSI., selaku Sekretaris Jurusan S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
5. Bapak Dr. Nur Fatoni, M.Ag. selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan dan saran serta sabar dalam membimbing selama penyusunan skripsi.
6. Ibu Nur Aini Fitriya Ardiani Aniqoh, S.IP., MBA. Selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan dan saran serta sabar dalam membimbing selama penyusunan skripsi.
7. Bapak Setyo Budi Hartono, S.A.B, M.Si. selaku wali dosen yang telah memberikan arahan dan semangat dan bimbingan selama perkuliahan.
8. Segenap dosen beserta karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang khususnya Program Studi S1 Perbankan Syariah yang telah membekali dan memberikan berbagai pengetahuan kepada penulis selama kegiatan perkuliahan.

Semoga segala kebaikan dan ilmu yang beliau-beliau berikan dapat menjadi amal ibadah dan semoga mendapat balasan yang terbaik dari Alloh SWT, amin. Penulis sangat menyadari keterbatasan dan kekurangan karena skripsi ini jauh dari kata sempurna oleh karenanya penulis mengharapkan saran yang membangun dari berbagai pihak dengan tujuan dapat menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap hasil dan apa yang terkandung pada penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak.

Semarang, 24 juni 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ade Setiawan', with a stylized, cursive script.

Ade setiawan

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
MOTTO HIDUP	iii
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN	vii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan	8
1.4 Manfaat penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Persepsi	10
2.1.1 Definisi Persepsi.....	10
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi	10
2.1.3 Persepsi manfaat.....	11
2.1.4 Indikator Persepsi Manfaat	12
2.1.5 Dasar Hukum Manfaat Menurut Islam	12
2.2 Kepercayaan.....	13
2.2.1 Definisi Kepercayaan	13
2.2.2 Indikator Kepercayaan	13
2.2.3 Dasar Hukum Kepercayaan Menurut Islam	15
2.3 Kualitas Layanan	16
2.3.1 Definisi kualitas layanan	16

2.3.2 Indikator Kualitas layanan	17
2.3.3 Dasar Hukum Kualitas Layanan Menurut Islam.....	17
2.4 Pandemi Covid-19	18
2.5 Minat.....	19
2.5.1 Definisi Minat	19
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat.....	20
2.5.3 Indikator Minat.....	21
2.6 Mobile Banking	21
2.6.1 Definisi Mobile Banking.....	21
2.6.2 Jenis-Jenis Mobile Banking	22
2.7 Penelitian Terdahulu	22
2.8 Kerangka pemikiran teoritik	24
2.9 Hipotesis penelitian.....	25
2.9.1 Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat nasabah untuk menggunakan <i>mobile banking</i> di tengah pandemi covid-19 pada bank syariah.	25
2.9.2 Pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah untuk menggunakan <i>mobile banking</i> di tengah pandemi covid-19 pada bank syariah.	25
2.9.3 Pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah untuk menggunakan <i>mobile banking</i> di tengah pandemi covid-19 pada bank syariah.	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	27
3.1.1 Jenis Penelitian.....	27
3.1.2 Sumber Data.....	27
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	28
3.2.1 Waktu Penelitian	28
3.2.2 Tempat Penelitian.....	28
3.3 Populasi dan Sampel.....	28
3.3.1 Populasi	28
3.3.2 Sampel.....	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5 Variabel Penelitian.....	31

3.6 Teknik Analisis Data	33
3.6.1 Analisis Deskriptif	33
3.6.2 Uji Kualitas Data.....	33
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.6.4 Analisis Regresi	35
3.6.5 Uji Statistik.....	36
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	38
4.1.1 Profil Bank Syariah Indonesia KCP Demak	38
4.1.2 Sejarah Bank Syariah Indonesia KCP Demak	38
4.1.3 Visi dan Misi	39
4.2 Karakteristik Data Responden	39
4.2.1 Jenis kelamin.....	39
4.2.2 Usia	40
4.2.3 Pendidikan Terakhir	40
4.2.4 Jenis Pekerjaan	41
4.3 Analisis Deskriptif Responden	42
4.3.1 Variabel Persepsi Manfaat (X1).....	42
4.3.2 Variabel Kepercayaan (X2).....	43
4.3.3 Variabel kualitas layanan (X3).....	44
4.3.4 Variabel minat (Y)	45
4.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	47
4.4.1 Uji Validitas	47
4.4.2 Uji Reliabilitas	49
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	50
4.5.1 Uji Normalitas	50
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	50
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	51
4.6 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	52

4.7 Uji Statistik	54
4.7.1 Uji signifikansi parsial (uji t)	54
4.7.2 Uji signifikansi simultan (uji F)	56
4.7.3 Uji koefisien determinasi (R^2).....	56
4.8 Pembahasan Hasil Analisis Data	57
4.8.1 Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat nasabah untuk menggunakan <i>mobile banking</i> di tengah pandemi covid-19 (studi kasus pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak).	57
4.8.2 Pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah untuk menggunakan <i>mobile banking</i> di tengah pandemi covid-19 (studi kasus pada nasabah Bank Sariah Indonesia KCP Demak).	58
4.8.3 Pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah untuk menggunakan <i>mobile banking</i> di tengah pandemi covid-19 (studi kasus pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak).	58
BAB V PENUTUP	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data tower jaringan internet tahun 2020	3
Tabel 1. 2 Data jumlah kantor cabang BSI.....	3
Tabel 1. 3 Data jumlah pengguna mobile banking di beberapa daerah Jawa Tengah.....	4
Tabel 1. 4 Fitur dan layanan mobile banking BSI, BCA dan BRI	5
Tabel 3. 1 Indikator variabel penelitian.....	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	41
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	41
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Persepsi Manfaat	42
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan	43
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan.....	44
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Minat	46
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Persepsi Manfaat	47
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kepercayaan	48
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan	48
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Minat Nasabah.....	49
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas.....	50
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinieritas.....	51
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	52
Tabel 4. 17 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	52
Tabel 4. 18 Hasil Uji t	54
Tabel 4. 19 Hasil Uji F	56
Tabel 4. 20 Hasil Uji R^2	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran	24
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Karakteristik Responden
3. Hasil Jawaban Responden
4. Analisis Deskriptif
5. Hasil Uji Instrumen
6. Hasil Uji Asumsi Klasik
7. Hasil Uji Hipotesis
8. Daftar Riwayat Hidup
9. Dokumentasi Penyebaran Kuisisioner

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Coronavirus Disease 2019 atau biasa disebut covid-19 adalah penyakit atau virus yang menular dan bisa dikategorikan termasuk penyakit yang mematikan, kasus covid 19 pertama kali ditemukan di kota Wuhan, Tiongkok pada November 2019, virus covid-19 ini menyerang bagian paru-paru dan menyebabkan penyakit paru-paru yang cukup serius dengan tingkat penyebaran yang sangat cepat serta virus covid-19 ini sudah mulai menyebar di seluruh dunia termasuk sudah masuk dan menyebar di seluruh Indonesia, jumlah kematian di Indonesia yang diakibatkan oleh wabah virus covid-19 menjadi yang cukup tinggi apabila dibanding negara-negara ASEAN lainnya.²

Pandemi covid-19 sangat memberikan dampak yang besar bagi banyak sekali sektor dan kegiatan usaha, termasuk sektor perbankan syariah yang terdampak akibat adanya pandemi covid-19 oleh sebab itu, untuk menghadapi tantangan di tengah pandemi covid-19 bank syariah harus mampu membuat strategi yang inovatif dan mitigasi resiko secara baik dan cermat agar sektor perbankan syariah tetap berjalan dan bertahan dengan baik serta tetap eksis di tengah pandemi covid 19, salah satu caranya adalah berupa layanan *mobile banking* atau *digital banking*, di zaman modern dan serba digital menjadikan layanan *mobile banking* sebagai alternatif untuk para nasabah.³

Ada beberapa tantangan perbankan syariah dalam menghadapi situasi pandemi covid-19 yang *pertama* yaitu bank syariah harus bisa dan mampu menyesuaikan pola bisnis yang berupa digitilasi layanan bank, baik berupa digitilasi penghimpunan dana maupun pembiayaan. *Kedua* menekan atau meminimalisasi pembayaran NPF atau *non performing financing* supaya bank sendiri tetap mampu bertahan dan *survive* di tengah pandemi covid-19, kemudian *ketiga* mencari market baru yang tidak terdampak pandemi covid-19 secara signifikan sebagai contoh industri kesehatan agar perbankan syariah mampu bertahan dalam menghadapi wabah virus covid-19.⁴

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi begitu pesat karena pada zaman sekarang untuk mendapatkan akses internet dan wifi dapat mudah dijumpai di fasilitas-fasilitas umum, kedai kopi, kafe, dan sebagainya sungguh berbeda jika dibandingkan dengan zaman dahulu jaringan internet hanya bisa dijumpai di warnet atau saat menggunakan modem namun sekarang dengan *smartphone* internet dapat dengan mudah

² Sumadi, “menakar dampak pandemi covid 19 terhadap perbankan syariah”, *jurnal hukum ekonomi syariah*, vol. 3 no. 2, oktober 2020. h. 146.

³ Rika mawarni, Muhammad Iqbal fasa, Suharto, “optimalisasi kinerja digital banking di masa pandemic covid 19”, *jurnal manajemen bisnis*, vol. 34, no. 1, juni 2021. h. 11.

⁴ Hani tahliani, “Tantangan perbankan syariah dalam menghadapi pandemi covid-19”, *madani syariah*, vol. 3, no. 2, agustus 2020. h. 92.

didapatkan.⁵ Pada dunia perbankan pemanfaatan jaringan internet menjadi hal yang tidak asing lagi bagi masyarakat sehingga perilaku kehidupan sehari-hari masyarakat menjadi berubah, jaringan internetpun sangat dibutuhkan untuk mendukung teknologi yang ada, sehingga dengan adanya jaringan internet menjadikan perbankan dapat memberikan kemudahan transaksi bagi para nasabahnya dengan aplikasi *mobile banking* dengan kemajuan teknologi yang ada perbankan mulai menggunakan dan memanfaatkan jaringan internet untuk mempermudah transaksi, untuk itu pihak perbankan harus melakukan pengembangan produk dan layanan berbasis teknologi dengan harapan memberikan kepuasan kepada para nasabah, dengan kualitas layanan yang diberikan dapat menjadi tolak ukur kepuasan nasabah yang sesuai dengan harapan para nasabah.⁶

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat ini sendiri sangat disayangkan tidak diikuti dengan ketersediaan jaringan internet yang merata keseluruh wilayah di Indonesia karena faktor geografis dimana wilayah Indonesia yang luas terdiri dari kepulauan dan dari masyarakat sendiri yang memiliki keterbatasan daya beli untuk membeli akses internet.⁷ Jaringan internet menjadi penting karena sebagai fasilitas dan penentu kelancaran pelayanan perbankan yang berbasis teknologi, Kabupaten Demak sendiri menjadi tempat lokasi kantor Bank Syariah Indonesia KCP Demak dan Kabupaten Demak sendiri merupakan kabupaten yang termasuk mempunyai fasilitas tower jaringan internet yang memiliki jumlah yang lebih banyak dan unggul dari pada kabupaten disekitar seperti Jepara dan Kudus, dengan jaringan internet yang memiliki jumlah lebih banyak dibandingkan kabupaten disekitar Demak, hal ini menjadi sebuah potensi untuk bisa memanfaatkan jaringan internet yang ada untuk para nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak untuk menggunakan *mobile banking* karena penggunaan *mobile banking* juga membutuhkan jaringan internet. Berikut ini adalah data fasilitas tower jaringan internet seluler pada tahun 2020 dan beberapa kabupaten yang berada disekitar Kabupaten Demak :

⁵ Nur Aini Fitriya Ardian Aniqoh, "The role of digital economy enhancing sustainable economic development", *international journal of social science and business*, vol. 4, no. 4, 2020. h. 523.

⁶ Zaida Rizki Zainul, dkk, "Pengaruh Teknologi Informasi, Kualitas Pelayanan, dan Motif Religius Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Di Banda Aceh", *BISNIS*, vol. 8, no. 1, juni 2020. h. 84.

⁷ Muhammad Toriq Firmansyah, dkk, "implementasi perluasan jaringan internet melalui kombinasi jaringan wireless dan kabel (studi kasus di dusun Margosari, Kendal)", *jurnal cakrawala informasi*, vol. 1, no. 2, 2021. h. 67.

Tabel 1. 1 Data tower jaringan internet tahun 2020

No.	Kabupaten	4G/LTE	3G/H/H+/EVDO	2,5G/E/GPRS
1.	Kudus	120	10	1
2.	Jepara	165	28	-
3.	Demak	212	33	4
4.	Semarang	214	21	-

Sumber : Jateng.bps.go.id/2021, diakses 9 Desember 2021.

Perkembangan jaringan kantor bank syariah juga menjadi sesuatu yang sangat dibutuhkan untuk memperluas pelayanan kepada masyarakat ataupun nasabah, berkembangnya jaringan kantor bank syariah diharapkan dapat meningkatkan kompetisi dalam rangka peningkatan pelayanan dan mendorong inovasi produk dan jasa perbankan syariah.⁸ Sedangkan kantor cabang di Kabupaten Demak jumlahnya tidak terlalu banyak jika dibandingkan dengan kabupaten disekitarnya, oleh karenanya nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak memiliki potensi untuk memanfaatkan aplikasi atau layanan *mobile banking* karena dengan kantor cabang yang sedikit apabila nasabah datang langsung ke kantor cabang untuk melakukan transaksi harus mengantre dengan nasabah-nasabah lain sehingga akan menyita waktu yang semakin lama. Berikut ini merupakan data kantor cabang Bank Syariah Indonesia yang ada di Kabupaten Demak, Pati, Kudus dan Jepara :

Tabel 1. 2 Data jumlah kantor cabang BSI

No.	Kabupaten/kota	Jumlah	Alamat
1.	Jepara	2	Jl. Pemuda No. 2 A, Jl. Pemuda No. 12 A-B, Desa Panggang, Kec. Jepara, Kab. Jepara, Jawa Tengah.
2.	Kudus	4	Jl. A.Yani No .23 A-B, Jln. A. Yani 125B-3, B-4, Ruko Kereta Api Indonesia, Ruko Ahmad Yani No. 9, Jl. Ahmad Yani, Kab. Kudus, Jawa Tengah. Komplek UMK, Jl. Gondang Manis, Kec. Bae, Kab. Kudus, Jawa Tengah
3.	Demak	1	Jl. Sultan Fattah No. 37.
4.	Pati	3	Jl. P. Sudirman No.84, Jl. Jenderal Sudirman No.104 RT.001/RW.004, Jl. P. Sudirman No. 207, Plaza Pati Blok A1-A2, Kel. Pati Lor, Kab. Pati, Jawa Tengah.

⁸ Muhammad syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta : Gemainsani, 2001, h. 225-226.

Sumber : [www. Bankbsi.co.id](http://www.Bankbsi.co.id) diakses 8 januari 2022

Salah satu yang menjadi pemicu pemanfaatan sebuah fasilitas layanan teknologi dalam dunia perbankan syariah ialah ketika adanya pandemi covid-19 dan apalagi ditambah sekarang ini mayoritas masyarakat menjadikan transaksi digital atau non tunai menjadi sebuah gaya hidup dalam kehidupan sehari-hari, Bank Indonesia memberikan himbauan kepada masyarakat untuk mengoptimalkan transaksi non tunai disaat pandemi covid-19 untuk mengurangi mobilitas supaya dapat mengurangi tingkat resiko penularan virus covid-19.⁹

Data yang berasal dari laporan Bank Syariah Indonesia mengenai pengguna aktif *mobile banking* dari mulai september tahun 2020 sampai September tahun 2021 yaitu bahwa pengguna aktif *mobile banking* dari September 2020 yang semula hanya 519.000 pengguna aktif hingga September 2021 mengalami peningkatan yang signifikan yaitu mencapai 1.480.000 pengguna aktif naik 3 kali lipat, dari data tersebut membuktikan bahwa pengguna aktif *mobile banking* dari satu tahun mengalami kenaikan.¹⁰

Berdasarkan pada pra riset yang penulis lakukan, penulis memperoleh data jumlah pengguna *mobile banking* dari beberapa Bank Syariah Indonesia KCP di daerah sekitar Kabupaten Demak dan beberapa daerah di wilayah Jawa Tengah dan penulis melakukan perbandingan, data tersebut sebagai berikut :

Tabel 1. 3 Data jumlah pengguna mobile banking di beberapa daerah Jawa Tengah

No .	Keterangan	Jumlah pengguna <i>mobile banking</i> per maret 2022
1.	BSI KCP Demak	5.600
2.	BSI KCP Semarang Unissula	3.914
3.	BSI KCP Ungaran Diponegoro 2	2.469
4.	BSI KCP Jepara Pemuda 2	3.089
5.	BSI KCP Pati Sudirman 1	616
6.	BSI KCP Brebes A yani 2	601
7.	BSI KCP Magelang Sudirman	3.180
8.	BSI KCP Klaten Pemuda 2	3.452
9.	BSI Kcp Cilacap Parman	2.000

Sumber : pra riset di Kcp BSI pada maret 2022.

⁹ Dwi yunita indah, dkk “analisis keputusan nasabah menggunakan transaksi non tunai di era pandemi covid-19 (studi kasus pada bank BRI unit sale kabupaten Rembang)”, *jurnal infokam*, vol. XVI, no. 2, September 2020. h. 105.

¹⁰ Bank syariah Indonesia, “9M 2021 Result PT Bank Syariah Indonesia”, Jakarta, 2021. h. 10.

Dari data diatas terkait jumlah pengguna *mobile banking* di beberapa KCP Bank Syariah Indonesia yang berada di daerah sekitar Kabupaten Demak dan beberapa daerah di Jawa Tengah pada per maret 2022, bahwa dari data tersebut pada Bank Syariah Indonesia KCP Demak mempunyai jumlah pengguna *mobile banking* mencapai 5.600 pengguna dan dapat diartikan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Demak memiliki jumlah pengguna lebih banyak kalau dibandingkan beberapa kantor cabang pembantu lainnya yang ada di daerah sekitar Kabupaten Demak dan beberapa daerah lainnya di Jawa Tengah, hal ini berarti bahwa nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak sangat antusias dalam menggunakan *mobile banking*.¹¹

Mobile banking merupakan salah satu fasilitas layanan yang dimiliki oleh perbankan, layanan tersebut dapat memberikan kemudahan dan kecepatan akses informasi serta melakukan transaksi *financial*. *Mobile banking* bisa diakses oleh para nasabah melalui ponsel pribadi masing-masing yang memiliki teknologi GPRS (*general packet radio service*).¹² BSI *mobile* merupakan sebuah aplikasi *mobile banking* yang berasal dari Bank Syariah Indonesia, ada banyak fitur dan layanan yang ada dalam aplikasi BSI *mobile*, beberapa bank juga mempunyai layanan aplikasi *mobile banking* seperti contoh bank BCA dan BRI dengan layanan dan fitur-fitur pada *mobile banking* yang dimiliki, BCA dengan aplikasi *mobile banking* yang bernama BCA Mobile dan BRI yang bernama BRIMO mempunyai fitur dan layanan sendiri-sendiri, berikut di bawah ini perbandingan fitur dan layanan aplikasi *mobile banking* dari ketiganya :

Tabel 1. 4 Fitur dan layanan mobile banking BSI, BCA dan BRI

BSI	BCA	BRI
info saldo rekening, transfer, pembayaran, pembelian, QRIS, E-mas, tarik tunai, favorit, Al qur'an dan hikmah, Atm cabang, manajemen kartu, info kurs, informasi, kotak masuk, media sosial, BSI mobile keyboard, aktivasi, minta kode aktivasi ulang, pengaturan kata sandi, ubah pin, ubah Bahasa, Email, tentang aplikasi, donasi online, buka rekening bank	m-info (info saldo, mutasi rekening, info kartu kredit, info kurs, lainnya dan inbox), m-transfer (daftar transfer, transfer antar rekening maupun antar bank lain), m-payment (pembayaran tagihan kartu kredit, handphone, listrik, PLN, air/pam dan lainnya), m-commerce (pembelian seperti voucher isi ulang), m-admin (ganti pin, registrasi dan hapus inquiry	Info saldo rekening, pembelian pulsa atau paket data, dompet digital, BRIZZI, kode QR, BRIVA, pembayaran token listrik, asuransi, BPJS, catatan keuangan, cicilan, donasi, KAI, kartu kredit, mutasi, pascabayar, tarik tunai, Telkom, TV kabel dan internet, QR pedagang, buka rekening BRI secara online.

¹¹ Sumber : pra riset 7 maret 2022

¹² Annisa fitri iriani, "minat nasabah dalam penggunaan mobile banking pada nasabah bank syariah mandiri kota pallopo", *Dinamis*, vol. 2, no. 2, oktober 2018. h. 100.

syariah Indonesia online, dan jadwal sholat	kartu kredit, hapus daftar transfer dan pembayaran), zakat, donasi, pembukaan rekening baru secara online.	
---	--	--

Sumber : data sekunder, kemudian diolah

Persepsi manfaat merupakan sebuah kepercayaan seseorang mengenai adanya manfaat yang muncul akibat menggunakan sebuah teknologi, indikator yang menjadi pengukur kebermanfaatan yaitu meningkatkan produktivitas, meningkatkan keefektifan ketika digunakan dalam kehidupan sehari-hari, mengurangi waktu transaksi.¹³ Penggunaan *mobile banking* atau *internet banking* banyak memberikan manfaat dan keuntungan tersendiri bagi nasabah dan pihak bank, salah satu manfaat dan keuntungan bagi nasabah yaitu memberikan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi perbankan, sedangkan bagi pihak bank manfaat dan keuntungannya adalah adanya *mobile banking* atau *internet banking* dapat menjadi solusi murah untuk pengembangan infrastruktur dari pada harus membuka outlet ATM.¹⁴

Ada beberapa keuntungan atau manfaat menggunakan *mobile banking* diantaranya memudahkan nasabah untuk mengecek saldo, transfer ke rekening lain dengan bank yang sama bahkan antar bank lain dengan begitu kegiatan yang seharusnya dilakukan di teller dapat dilakukan melalui *mobile banking* kemudian ada fitur-fitur berupa transaksi pembelian dan pembayaran yang dapat dilakukan lewat *mobile banking*, selain memiliki manfaat dan keuntungan *mobile banking* juga mempunyai beberapa kelemahan atau keterbatasan dalam menggunakannya yaitu ketergantungan aplikasi *mobile banking* terhadap jaringan internet seluler karena saat terjadi *blankspot* atau tidak ada jaringan maka *mobile banking* tidak dapat digunakan, hal tersebut membuat pengguna *mobile banking* menjadi sangat terganggu apabila kebutuhannya sangat penting dan mendesak, keamanan data pribadi yang masih menjadi kekhawatiran nasabah saat bertransaksi secara online, kemudian beberapa kendala dan hal-hal yang sering ditemui saat menggunakan *mobile banking* antara lain sering terjadi tiba-tiba *log out* sendiri, sering di blokir, keamanan, terkadang respon buruk, dana kepotong tapi transaksi tidak diterima, sering *processing*, terjadi *error* permintaan tidak dapat diproses, informasi *invalid pin block*, bukti transaksi kadang dikirim ke *e-mail* kadang tidak, selalu *timed out*, saat digunakan aplikasi sering *error*, permintaan sering tidak dapat diproses, tidak bisa dipake di android Oreo, kadang cek saldo *error*.¹⁵

Persepsi kepercayaan yaitu keyakinan seseorang kepada orang lain dengan harapan orang tersebut tidak bersikap *oportunitis*. Ada dua dimensi yang mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap teknologi

¹³ Muhammad Ammyl Gustiany, Arjuna Wiwaha, “pengaruh persepsi manfaat dan persepsi resiko terhadap keputusan penggunaan kartu kredit Bank BCA”, *WIDYA Ekonomika*, vol, 2, no. 2, November 2020. h. 93 - 102.

¹⁴ Abi Fadlan, Rizki Yudhi Dewantara, “pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap penggunaan *mobile banking* (studi pada mahasiswa pengguna *mobile banking* Universitas Brawijaya)”, *JAB*, vol. 62, no. 1, September 2018. h. 83.

¹⁵ Dedy mainata, “Analytical tools dan SWOT analysis pengguna M-banking perbankan syariah di indonesia”, *Al-tijary*, vol. 3, no. 2, juni 2018. h. 158.

diantaranya kepercayaan keyakinan dan niat mempercayai.¹⁶ Kemudian Persepsi kualitas layanan yaitu suatu usaha untuk memberikan kebutuhan dan keinginan dari para konsumen atau nasabah serta memberikan penyampaian yang tepat untuk mengimbangi harapan mereka. Ada 7 dimensi untuk mengukur kualitas layanan jasa *online* yaitu efisien, keandalan, pemenuhan, privasi, responsif, kompensasi dan kontak.¹⁷

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Demak dengan alasan karena dari data yang penulis dapatkan menunjukkan bahwa BSI KCP Demak termasuk KCP yang memiliki jumlah pengguna *mobile banking* yang lebih banyak yaitu berjumlah 5.600 pengguna dibandingkan beberapa KCP lainnya yang ada di daerah sekitar Kabupaten Demak dan beberapa daerah lain di Jawa Tengah dan pada masa pandemi covid-19 di Kabupaten Demak juga terdampak oleh wabah covid-19 sejak awal adanya kasus covid-19 sampai bulan maret 2022 tercatat sebanyak kasus positif covid-19 mencapai 15.750 jiwa dengan kasus yang sembuh 14.332 jiwa dan kasus meninggal dunia mencapai 1.334 orang.¹⁸ kemudian Kabupaten Demak yang merupakan lokasi alamat Bank Syariah Indonesia KCP Demak, menjadi kabupaten yang memiliki fasilitas tower jaringan internet yang lebih banyak jumlahnya dibandingkan kabupaten disekitarnya, jaringan internet menjadi penting dan dibutuhkan untuk menjalankan aplikasi *mobile banking*.

Kabupaten Demak sendiri juga mempunyai jaringan kantor cabang yang sedikit jumlahnya hal ini menjadi potensi untuk para nasabah BSI KCP Demak untuk menggunakan serta memanfaatkan layanan *mobile banking* dan penelitian ini memiliki tujuan dan harapan hasil penelitian dapat menjadi sebuah masukan dan memiliki dampak positif sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan inovasi produk dan layanan yang lebih bermanfaat serta lebih meningkatkan kualitas layanan *mobile banking* dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dari pihak bank tentang penggunaan aplikasi *mobile banking* oleh nasabah, sehingga pihak bank khususnya pihak Bank BSI KCP Demak dapat meningkatkan pelayanan dan mengajak serta memberikan edukasi tentang aplikasi *mobile banking* kepada para nasabah.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu timbul adanya *research gap*, penelitian yang dilakukan oleh Jhon Fernos dan Mairizal Alfadino bahwa persepsi kepercayaan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking* dan untuk persepsi manfaat tidak berpengaruh positif.¹⁹ Kemudian dari penelitian yang dilakukan Nurudin, Rukma Ningrum, Sofyan Bachmid dan Abdud Jalil berbeda dengan hasil penelitian Jhon Fernos dan Maurizal Alfadino, hasil penelitian ini yaitu persepsi manfaat, persepsi kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Namun, persepsi manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile*

¹⁶ Asri cahya mandiri dkk, "pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan bri *mobile* (brimo)", *account*, vol. 8, no. 1, 2021. h. 1425.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ "<https://corona.demakkab.go.id/>" diakses 16 maret 2022.

¹⁹ Jhon fernos dkk, "Pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada PT. Bank pembangunan daerah sumatera barat cabang koto baru, dharmasraya", *jurnal manajemen universitas bung hatta*, vol. 16, no. 2, juli 2021. h. 115.

banking.²⁰ Sedangkan hasil penelitian dari Livinsia Lieny, novika dan medinal yaitu persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan dan persepsi kepercayaan secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking.²¹

Berdasarkan adanya *research gap* dari penelitian terdahulu diatas, mendorong penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan *Mobile Banking* di Tengah Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Demak)”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak ?
2. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak ?
3. Apakah persepsi kualitas layanan berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak ?
4. Apakah persepsi manfaat, kepercayaan dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak ?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh persepsi manfaat terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh persepsi manfaat, kepercayaan dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak.

²⁰ Nurudin dkk, “pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan mobile banking di Bank Mega Syariah cabang Palu”, *jurnal ilmu perbankan dan keuangan syariah*, vol. 3, no. 1, 2021. h. 30.

²¹ Livinsi Lieny, dkk, “pengaruh persepsi kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan terhadap niat dalam menggunakan mobile banking di BCA Pangkalpinang”, *jurnal akutansi bisnis dan keuangan*, vol. 8, no. 2, November 2021. h. 62.

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi peneliti
 - a. Untuk menjawab permasalahan nyata dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam perbankan syariah.
 - b. Untuk menambah informasi dan pengetahuan serta menambah wawasan bagi peneliti tentang *mobile banking* dan secara keseluruhan.
2. Bagi praktisi
 - a. Menjadi bahan pertimbangan pihak perbankan dalam mengembangkan kebijakan berkaitan tentang perbankan.
 - b. Sebagai bahan referensi untuk evaluasi atas kinerja bank syariah dalam meningkatkan terhadap produk dan layanan terutama layanan *mobile banking*.
3. Bagi akademisi
 - a. Sebagai sumber dan bahan perbandingan referensi serta berguna untuk pengembangan keilmuan.
 - b. Sebagai inspirasi dan motivasi untuk dapat melakukan penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN berisi tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA berisi tentang teori umum yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian. Pembahasan ini meliputi; penelitian terdahulu, kerangka berfikir, kerangka pemikiran teoritik dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN, berisi tentang jenis penelitian, jenis dan sumber data, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN, berisi tentang analisis data, dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V PENUTUP, berisi tentang kesimpulan dan saran

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Persepsi

2.1.1 Definisi Persepsi

Menurut Yuniarti persepsi yaitu sebuah proses mengorganisasikan dan memaknakan kesan-kesan indra yang diterima untuk memberikan arti kepada lingkungannya. Sedangkan menurut Rakhmat mengungkapkan bahwa persepsi adalah sebagai pengalaman dari objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.²² Persepsi yaitu kesan yang diterima oleh seseorang melalui panca indra, setelah itu dianalisis, diinterpretasi, kemudian di evaluasi dan akhirnya seorang tersebut memperoleh makna.²³ Persepsi merupakan sebuah pengamatan melalui proses hubungan melihat, mendengar, menyentuh, merasakan kemudian menerima suatu hal yang kemudian di seleksi, diorganisasi dan diinterpretasikan kemudian informasi yang diterimanya menjadi sebuah gambaran yang memiliki makna.²⁴

2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Ada beberapa faktor-faktor yang berperan dapat mempengaruhi sebuah persepsi yaitu sebagai berikut :

a. Objek yang dipersepsi

Objek yang ada mempengaruhi stimulus kemudian mengenai indera atau reseptor karena stimulus dapat muncul dari dalam diri maupun luar atau salah satunya objek tersebut.

b. Alat indera, syaraf dan pusat susunan syaraf

Semua itu merupakan alat penerima stimulus. Disamping itu juga harus ada syaraf sensoris yang berguna untuk meneruskannya ke stimulus dan reseptor kemudian akan menerimanya ke pusat susunan syaraf yaitu otak.

c. Perhatian

Perhatian diperlukan menjadi bentuk langkah awal sebagai persiapan dalam rangka menyadari persepsi, karena perhatian merupakan pemusatan dari seluruh kegiatan atau aktivitas pribadi terhadap salah satu objek atau sekumpulan objek.

d. Proses terjadinya muncul persepsi

²² Imran, Bambang Hendrawan, "pengaruh persepsi masyarakat Batam tentang bank syariah terhadap menggunakan produk bank syariah", *Journal of Business Administration*, vol. 1, no. 2, September 2017. h. 212.

²³ Livinsi Lieny, dkk, "pengaruh persepsi kemudahan, kenyamanan Dan kepercayaan terhadap niat dalam Menggunakan *mobile banking* di bca Pangkalpinang", *Jurnal Akutansi Bisnis dan Keuangan*, vol. 8, no. 2, November 2021. h. 57.

²⁴ Margaretha Oktavia Pranoto, dkk, "analisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan keamanan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* (studi kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran)", *Keunis Majalah Ilmiah*, vol. 8, no. 1, Januari 2020. h. 3.

Adanya proses dari stimulus yang diterima alat indra kemudian diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak setelah itu terjadi proses di otak yang mana otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, apa yang diraba atau apa yang dengar. Dengan demikian proses terakhir dari proses persepsi ialah individu menyadari mengenai halnya apa yang dilihat, apa yang didengar dan apa yang diraba yaitu stimulus yang diterima alat indra. Proses inilah yang menjadi proses terakhir dan menjadi persepsi sebenarnya.

e. Organisasi persepsi

Ketika individu mengadakan persepsi muncul suatu masalah yaitu bagian-bagian dulu yang dipersepsi kemudian keseluruhannya atau keseluruhan baru kemudian bagian-bagiannya, hal ini berkaitan seseorang mengorganisirkan persepsi. Karena apabila seseorang memilih mempersepsi bagian-bagiannya dulu kemudian keseluruhannya artinya bagian-bagian tersebut menjadi hal yang primer, begitupun sebaliknya seperti contoh seseorang yang mempersepsi sepeda motor, ada kemungkinan seseorang tersebut mempersepsi bagian-bagiannya dahulu kemudian keseluruhannya, namun ada pula yang mempersepsi bagian-bagiannya terlebih dahulu kemudian keseluruhannya.

f. Objek persepsi

Banyak sekali objek yang dapat dipersepsi yaitu segala sesuatu yang ada sekitar manusia dan bahkan manusia itu sendiri bisa dijadikan objek persepsi, karena banyaknya objek yang dapat dipersepsi maka objek persepsi diklasifikasikan menjadi 2 yaitu manusia dan non manusia, objek yang dipersepsi berwujud manusia disebut *person perception* atau juga biasa disebut *social perception*, kemudian persepsi yang berwujud non manusia disebut *nonsocial perception* atau *things perception*.²⁵

2.1.3 Persepsi Manfaat

Menurut Khabir menyatakan definisi tentang manfaat adalah sejauh mana layanan *mobile banking* tersebut dapat memenuhi kebutuhan bagi penggunanya.²⁶ Menurut Jogiyanto menjelaskan tentang manfaat yang dirasakan adalah sejauhmana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu dapat meningkatkan kinerjanya.²⁷ Persepsi manfaat merupakan sebuah pemikiran bahwa

²⁵ Adnan Achirudin Saleh, *pengantar psikologi*, Makasar : Aksara timur, 2018, h. 80-85.

²⁶ Ardian Yudri Kurniawati, dkk, “ pengaruh persepsi kemudahan, resiko dan manfaat terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking BRI*”, *journal of business and banking*, vol. 8, no. 1, 2018. h.112.

²⁷ Andhika Bayu Pratama, dkk, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik”, *E-jurnal akutansi universitas udayana*, vol. 27, no. 2, 2019. h. 933.

dengan menggunakan sebuah teknologi informasi dapat meningkatkan kinerjanya, memberikan keuntungan serta manfaat untuk penggunaanya.

2.1.4 Indikator Persepsi Manfaat

Indikator untuk mengukur persepsi kebermanfaatan yaitu sebagai berikut :

1. Meningkatkan produktifitas
2. Meningkatkan keefektifan dalam kehidupan sehari-hari
3. Dapat mengurangi waktu transaksi
4. Sangat memberikan manfaat.²⁸

Adannya kemanfaatan yang ditimbulkan dari suatu teknologi informasi seperti *mobile banking*, merupakan sesuatu yang diinginkan oleh para penggunaanya dan menjadi alasan untuk menggunakan suatu teknologi informasi tersebut, seseorang atau nasabah akan menggunakan teknologi informasi atau layanan *mobile banking* apabila layanan tersebut memberikan pengaruh positif dan dapat menjadikan kinerjanya meningkat, layanan *mobile banking* akan mendatangkan manfaat apabila layanan tersebut mudah dimengerti dalam menggunakannya dan menjalin interaksi dengan penggunaannya, layanan ini memberikan manfaat kepada nasabah seperti menghemat waktu serta biaya karena tidak perlu untuk datang langsung ke bank dan layanan *mobile banking* dapat dilakukan kapan saja memberikan pelayanan 24 jam dan bisa dimana saja asalkan tempat tersebut memiliki jaringan internet yang stabil untuk dapat menjalankan aplikasi layanan *mobile banking*.²⁹

2.1.5 Dasar Hukum Manfaat Menurut Islam

Manfaat menurut Muhammad Musthafa Syalabi yang ditulis dalam bukunya yang berjudul *Al-Madkhali fi al-Ta'arif bi al-Fiqh al-Islamy wa Qawa'id al-Milkiyyah wa al-Uqud Fihq*, merumuskan pengertian manfaat yaitu: manfaat adalah faedah tertentu dari suatu benda, seperti mendiami rumah, mengendarai mobil, memakai pakaian dan lain sebagainya.³⁰

Kemudian manfaat juga terdapat pada firman Alloh SWT yaitu ayat 7 dari Q.S Al isra' sebagai berikut :

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ لِيَسْتَوْفُوا وَجُوهَكُمْ
وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيُتَبِّرُوا مَا عَلَوْا تَتْبِيرًا ﴿٧﴾

²⁸ Abdul Yusuf dkk, "pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan konsumen ovo", *jurnal manajemen*, vol 11, no. 1, 2021. h. 57.

²⁹ Dwi Mutiara Sari, dkk, "Manfaat dan risiko penggunaan layanan perbankan melalui aplikasi *mobile banking*", *AL-INFAQ*, vol. 12, no. 2, 2021. h. 176.

³⁰ Armiadi Musa, "kepemilikan dan penguasaan manfaat dalam perspektif fuqaha", *jurnal dusturiah*, vol. 8, no. 1, juni 2018. h. 47.

Artinya : “Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri. Dan jika kamu berbuat jahat, maka (kerugian kejahatan) itu untuk dirimu sendiri. Apabila datang saat hukuman (kejahatan) yang kedua, (Kami bangkitkan musuhmu) untuk menyuramkan wajahmu lalu mereka masuk ke dalam masjid (Masjidil Aqsa), sebagaimana ketika mereka memasukinya pertama kali dan mereka membinasakan apa saja yang mereka kuasai.”

Dan diperkuat dengan hadits yang menjelaskan tentang manfaat sebagai berikut :

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

Artinya : “sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfa’at bagi manusia” (HR. Ahmad)

Dari ayat Al-Qur’an dan Hadits yang ada di atas menjelaskan bahwa manusia yang baik merupakan manusia yang bermanfaat bagi manusia dan apabila melakukan kebaikan kepada orang lain maka kebaikan tersebut akan kembali kepada diri sendiri, adanya layanan *mobile banking* dengan harapan agar memberikan manfaat kepada para nasabah yang membutuhkan ataupun menggunakannya.³¹

2.2 Kepercayaan

2.2.1 Definisi Kepercayaan

Menurut Morgan dan Hunt dalam wanandi mendefinisikan kepercayaan yaitu sebuah kepercayaan yang akan terjadi jika seseorang tersebut memiliki kepercayaan diri terhadap sebuah pertukaran kepada patner yang memiliki integritas dan yang dapat dipercaya. Sedangkan menurut ba dan pavlo menjelaskan kepercayaan merupakan sebuah penilaian seseorang terhadap hubungannya kepada orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian.³² Kepercayaan adalah sebuah ekspetasi seseorang dalam mengandalkan orang lain untuk suatu transaksi dan resiko dengan anggapan bertindak sesuai dengan harapan.³³ Kepercayaan yaitu suatu rasa percaya seorang nasabah kepada pihak bank terkait kehandalan, menjamin keamanan dan kerahasiaan akun nasabah.

2.2.2 Indikator Kepercayaan

Terdapat beberapa indikator yang menentukan kepercayaan seseorang atau nasabah, indikator tersebut sebagai berikut :

- a. Kehandalan

³¹ Vany Yuni Astuti, “Pengaruh persepsi kemudahan dan manfaat terhadap minat menggunakan *mobile banking*)studi kasus desa Sukobubuk Kecamatan Margorejo Kabupaten Pati)”, skripsi, Semarang:UIN Walisongo, 2019, h. 21, t.d.

³² Andhika Bayu Pratama ., h. 935.

³³ Deni wardani, “faktor-faktor pengaruh penggunaan *mobile banking* (studi kasus pada nasabah bank pemerintah)”, *jurnal sistem informasi bisnis*, vol. 2, no. 1, april 2021. h. 20.

Maksud dari kehandalan ialah sejauhmana kemampuan dalam melayani yang telah dijanjikan oleh pihak bank kepada nasabah dengan segera, akurat dan memberikan kepuasan.

b. Kepedulian

Kepedulian dalam hal ini yaitu sikap empati yang tinggi yang harus dirasakan pihak bank kepada nasabah dan mampu memberikan solusi dalam setiap masalah.

c. Kredibilitas

Kredibilitas artinya bahwa dalam menjalankan setiap mekanisme operasional transaksi layanan *online* perbankan dengan jujur dan dapat dipercaya.³⁴

Adanya hubungan interaksi dan transaksi yang berjalan dengan baik akan menimbulkan kepercayaan dari nasabah terhadap sebuah lembaga keuangan, Charlys Handy dalam Oetomo (2006) menyebutkan ada 7 yang dapat membangun kepercayaan dari sebuah perusahaan yang memiliki layanan virtual atau diberi istilah *trust the virtual organization* yaitu :

a. Kepercayaan bukan suatu yang buta

Munculnya sebuah kepercayaan membutuhkan adanya proses dan tentunya disertai dengan bukti bahwa suatu produk tersebut berkualitas.

b. Kepercayaan tanpa batas sebuah tindak tanpa realistik

Artinya kepercayaan dibangun atas dasar tertentu yaitu komitmen dari perusahaan dan berdasarkan kompetensi yang dimiliki oleh sebuah perusahaan.

c. Kepercayaan merupakan konsep belajar

Agar menjadi perusahaan atau pihak yang dipercaya tentunya perlunya pembelajaran yang dilakukan terus-menerus yang dapat menimbulkan kepercayaan.

d. Kepercayaan bukan suatu yang mudah

Pihak perusahaan perlu menjaga kepercayaan yang telah diberikan oleh para konsumen atau nasabah karena membuat seseorang percaya tidaklah mudah maka, pentingnya menjaga kepercayaan yang ada.

e. Kepercayaan membutuhkan sentuhan personal

Sentuhan personal yang dimaksud yaitu dalam bentuk perhatian dan menjalin komunikasi yang baik terhadap para konsumen atau nasabah akan menimbulkan hubungan kepercayaan yang baik. Kemudian yang kedua berasal dari diri sendiri para

³⁴ Rahmawati, dkk, “*mobile banking: analisa penggunaan pada nasabah Pt. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe: Pendekatan technology acceptance Model (tam) ”*, *IHTIYATH*, vol. 3, no. 2, September 2019. h. 40.

konsumen atau nasabah dengan berdasarkan kesediaan dan keyakinan untuk mempercayai yaitu :

- f. Suatu rasa percaya seseorang kepada orang lain
- g. Sebuah keadaan dimana seseorang tersebut secara sengaja bergantung kepada orang lain.³⁵

2.2.3 Dasar Hukum Kepercayaan Menurut Islam

Menurut Imam Al-Qusairi bahwa kata *shadiq* (orang yang jujur) berasal dari kata *shidq* artinya kejujuran, artinya kata *shidiq* adalah sebuah penekanan dari *shadiq* yang berarti orang yang mendominasi kejujuran, dengan demikian bahwa di dalam jiwa orang yang jujur terdapat komponen nilai ruhani yang mencerminkan sikap yang berpihak kepada kebenaran dan sikap moral yang terpuji.³⁶

Kepercayaan terdapat di dalam firman Allah SWT Q.S An-nisa' ayat 58 yaitu

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ
إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya : “Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.”

Ayat di atas menjelaskan bahwa sesungguhnya Allah SWT telah memerintahkan kepada umat manusia untuk menyampaikan amanat kepada para pemiliknya karena telah dipercaya, maka janganlah kalian melalaikan amanat-amanat tersebut dan apabila kalian memutuskan perkara diantara manusia maka putuskan dengan dasar keadilan dan secara objektif. Sehingga secara umum amanat yang dimaksud ayat di atas diartikan sebuah kepercayaan, dalam sebuah proses untuk mencapai kepercayaan diawali dengan saling kenal dan mengenal secara baik seperti adanya proses ijab-qobul atau akad dan lain-lain. Dalam dunia bisnis sebuah kepercayaan menjadi sesuatu yang sangat penting baik itu dalam bisnis secara *online* maupun *offline*, dalam dunia bisnis *online* seperti *mobile banking* diperlukan mekanisme-mekanisme yang dapat membangun kepercayaan secara keseluruhan seperti perlindungan hukum dan norma, nilai serta etika.³⁷

³⁵ Fransiskus korosando, ludvina vince, “Pengaruh Sosialisasi Layanan *Mobile Banking* dan Persepsi Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank NTT Cabang Ende”, *PRIMA MAGISTRA: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, vol 1, no.1, April 2020. h. 96.

³⁶ Arpizal, “the influence of price, service quality, trust on consumer satisfaction in the Islamic economy perfection in online business”, *FINEST jurnal riset dan pengembangan ekonomi islam*, vol. 5, no. 1, 2021. h. 34.

³⁷ Nurdin, dkk ..., h. 36.

Dalam hadits juga menjelaskan tentang kepercayaan, hadits yang diriwayatkan oleh imam Bukhori tersebut sebagai berikut :

آيَةُ الْمُنَافِقِ ثَلَاثٌ: إِذَا حَدَّثَ كَذَبَ، وَإِذَا وَعَدَ أَخْلَفَ، وَإِذَا أُؤْتِمِنَ خَانَ (رواه البخاري)

Artinya : “tanda-tanda orang munafik itu ada tiga yaitu jika berbicara ia berbohong, jika berjanji ia ingkar, dan jika dipercaya ia berkhianat”

Dari hadits di atas yaitu menjelaskan bahwa kepercayaan atau amanah merupakan moral yang terpuji maka sebagai orang mukmin harus mampu menjaga kepercayaan dari orang lain, Rasulullah SAW mengajarkan bahwa kepercayaan adalah prinsip keimanan, kepercayaan atau amanah merupakan bagian utama dalam interaksi kepada orang lain untuk itu apabila mendapat sebuah kepercayaan maka harus menunaikan amanah atau kepercayaan tersebut dengan kesungguhan karena kepercayaan harus dilakukan dengan tanggung jawab dan kredibel dengan begitu nasabah mempunyai kepercayaan kepada pihak bank dalam menggunakan layanan *mobile banking*.³⁸

2.3 Kualitas Layanan

2.3.1 Definisi Kualitas Layanan

Menurut Rahmawati dan Fianto mendefinisikan pelayanan adalah sebuah tindakan atau kinerja yang diberikan atau ditawarkan dari suatu pihak ke pihak yang lain namun dalam penawaran tersebut tidak mengakibatkan adanya pemindahan kepemilikan.³⁹ Menurut Sudirman dan Suasana yaitu Kualitas layanan yang berbasis situs web seperti halnya *mobile banking* merupakan kemampuan layanan dalam bidang elektronik yang mampu memberikan fasilitas kepada nasabah untuk bertransaksi secara efektif dan kualitas layanan akan teruji yaitu ketika nasabah sudah mendapatkan dan menggunakan layanan tersebut.⁴⁰

Menurut Arcand, Promtep dan Brun mengemukakan bahwa kualitas layanan *mobile banking* adalah suatu penilaian dari konsumen dalam hal ini yaitu nasabah terhadap keseluruhan terkait aplikasi *mobile banking* terutama mengenai kualitas konten dan keunggulannya.⁴¹ Kualitas layanan merupakan sejauhmana kemampuan sistem dalam menyediakan fasilitas untuk kebutuhan pembayaran, pembelian atau belanja dan membuat kegiatan menjadi lebih efektif dan efisien.⁴² Kualitas layanan adalah sebuah

³⁸ Ahmad Darussalam Tajang, dkk, “konsep etika bisnis islami dalam kitab Shahih Bukhori dan Muslim”, *jurnal ilmiah ekonomi islam*, vol. 6, no. 2, 2020. h. 120.

³⁹ Ivone Vradia Amora, dkk, “analysis of electronic channel service quality on customer satisfaction of bank syariah indonesia (bsi) during the covid-19 pandemic”, *Al arbah*, vol. 3, no. 2, 2021. h. 164.

⁴⁰ Rezky Arianty Akob, dkk, “Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar”, *jurnal maksipreneur*, vol. 11, no. 2, 2022. h. 272.

⁴¹ Charrisa Kezia Rahmawati, dkk, “analisis deskriptif pada dimensi kualitas layanan mobile banking (m-banking) terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah”, *jurnal ekonomi syariah teori dan terapan*, vol. 7, no. 6, juni 2020. h.1119.

⁴² Yohanes setyowidodo dkk, “The Effect of E-Service Quality Dimensions on BCA Mobile User Satisfaction at PT. Bank Central Asia, Tbk KCU Palembang”, *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, vol. 8, no. 4, juli 2021. h. 261.

bentuk dari seluruh fitur atau karakteristik dari produk yang digunakan untuk tujuan memuaskan kebutuhan pelanggan atau nasabah.

2.3.2 Indikator Kualitas Layanan

Ada beberapa indikator kualitas layanan meliputi :

- a. Bukti fisik (*tangible*) yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi seperti teknologi yang digunakan dalam memberikan layanan dan tampilan dari layanan *mobile banking*.
- b. Keandalan (*reliability*) merupakan suatu kemampuan layanan *mobile banking* yang dapat memberikan layanan secara baik dan pasti.
- c. Ketanggapan (*responsiveness*) artinya suatu kemampuan dari layanan *mobile banking* dalam memberikan layanan yang cepat dan tanggap kepada setiap nasabahnya.
- d. Jaminan (*assurance*) merupakan kemampuan layanan *mobile banking* dalam memberikan layanan yang dapat dipercaya dan aman serta bebas resiko.⁴³

2.3.3 Dasar Hukum Kualitas Layanan Menurut Islam

Syekhul islam yaitu Ibnu Taimiyah menyatakan bahwa semua kebaikan masuk dalam keadilan dan semua kejahatan masuk dalam kedzaliman. Oleh karenanya, berbuat keadilan adalah perkara wajib terhadap sesuatu dan setiap orang, dan kedzaliman dilarang kepada setiap sesuatu dan setiap orang. artinya memberikan pelayanan yang terbaik termasuk keadilan dan menjadi hal yang wajib dan dilarang untuk berbuat yang tidak sesuai karena termasuk dzalim karena dilarang berbuat dzalim terhadap sesuatu dan orang lain.⁴⁴

kualitas layanan dalam firman Allah SWT pada Q.S An-Nisa' ayat 29 yaitu :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”

⁴³ Yulia Widi Astuti, dkk, “Pengaruh kualitas layanan, nilai nasabah, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *mobile banking* syariah”, *jurnal sains pemasaran Indonesia*, vol. 19, no. 3, desember 2020. h. 140.

⁴⁴ Taufiq, “memakan harta secara bathil (perspektif surat An-Nisa : 29 dan At-Taubah : 34)”, *jurnal ilmiah syari'ah*, vol. 17, no. 2, juli-desember 2018. h. 255.

Maksud dari ayat di atas yaitu bahwa untuk memberikan pelayanan dengan kualitas layanan yang baik maka pihak bank harus memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang telah dijanjikan sebelumnya terhadap nasabah, seperti produk, fitur dan layanan yang diberikan pihak bank harus mampu memenuhi sesuai kebutuhan para nasabah, serta pesan yang dapat diambil dari ayat di atas yaitu kepada pihak bank untuk dapat meningkatkan kualitas layanannya karena apabila nasabah mendapatkan kualitas layanan yang setara dan baik akan membuat nasabah menjadi minat dan tertarik untuk menggunakan layanan *mobile banking* dan dengan tingginya kualitas layanan yang diberikan juga akan mempengaruhi tingginya minat nasabah untuk mencoba layanan *mobile banking*.⁴⁵

Serta Hadits yang menjelaskan tentang pelayanan yaitu sebagai berikut :

اَكْلَفُوا مِنَ الْعَمَلِ مَا تُطِيقُونَ فَإِنَّ اللَّهَ لَا يَمَلُّ حَتَّى تَمَلُّوا وَإِنَّ أَحَبَّ الْعَمَلِ إِلَى اللَّهِ أَدْوَمُهُ وَإِنْ قَلَّ

Artinya :“bekerjalah semaksimal yang kamu bisa lakukan, karena sesungguhnya Allah tidak pernah bosan sampai kalian bosan sendiri. Hanya saja, amal perbuatan yang paling dicintai oleh Allah adalah sedikit namun konsisten”. (HR. Abu Dawud)

Maksud dari Hadits diatas yaitu bahwa dalam memberikan pelayanan kepada nasabah harus dengan pelayanan yang maksimal artinya dengan kualitas layanan yang baik dan memberikan kualitas layanan dengan semaksimal mungkin dan konsisten, apabila kualitas layanan yang dilakukan dengan konsisten tentunya akan memberi citra yang baik dan nyaman untuk para nasabah terutama dalam layanan *mobile banking*.⁴⁶

2.4 Pandemi Covid-19

Coronavirus merupakan sebuah virus *RNA strain tunggal positif*, berkapsul dan tidak bersegmen, *coronavirus* tergolong *ordo Nidovirales*, yang masih keluarga *Coronaviridae*. *Coronavirus* disebut dengan sebutan virus *zoonotik* artinya virus yang ditransmisikan dari hewan kepada manusia.⁴⁷

Penyebaran virus covid-19 sangat masif dan tingkat kematian yang cukup tinggi. oleh sebab itu, banyak Negara yang melaporkan penemuan adanya kasus covid-19 dinegaranya dan terdampak oleh pandemi covid-19.⁴⁸ Virus corona dapat menyebabkan gejala yang parah, gejala yang dialami tergantung seberapa serius infeksi, infeksiyapun dapat menjadi bronkitis dan pneumonia dan menyebabkan gejala

⁴⁵ Achmad Fandi, “pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking pt bank syariah mandiri Surabaya”, *jurnal ekonomi islam*, vol. 2, no. 3, 2019. h. 116.

⁴⁶ Azhar Lujjatul Widad, dkk, “manajemen pelayanan perspektif Al-Qur’an dan Hadits”, *MIYAH*, vol. 16, no. 2, agustus 2020. h. 368.

⁴⁷ Yuliana, “Corona virus disease (covid-19);sebuah tinjauan literature”, *Wellness and healthy magazine*, vol. 2, no. 1, februari 2020. h. 189.

⁴⁸ Ilham akhsanu ridlo, “pandemic covid-19 dan tantangan kebijakan mental di Indonesia”, *Insan*, vol. 5, no. 2 2020. h. 159.

sebagai berikut : 1. Mengalami demam yang cukup tinggi apabila pasien mengidap pneumonia 2. Merasakan sesak napas 3. Dada terasa nyeri dan sesak saat bernapas dan batuk.⁴⁹

Perlunya kehati-hatian dan pentingnya menjaga kesehatan saat beraktifitas diluar rumah karena berdasarkan hasil ilmiah bahwa covid-19 dapat menular melalui kontak erat dengan pasien covid-19, rekomendasi untuk mencegah tertular virus covid-19 yang paling sederhana adalah dengan mencuci tangan secara rutin, menerapkan cara saat batuk dan bersin yang benar sesuai anjuran, memakai masker dan menjaga jarak saat kontak dengan orang lain serta menjauhi kerumunan.⁵⁰

Dari data covid-19 mengenai jumlah penduduk dari seluruh dunia dari 226 negara yang terdampak wabah virus covid-19 terkait kasus yang terkonfirmasi positif covid-19 yaitu mencapai 458.479.635 jiwa dan yang meninggal dunia berjumlah 6.047.653 jiwa sedangkan di Indonesia sendiri untuk jumlah kasus positif covid-19 mencapai angka 5.927.550 dan untuk kasus sembuh berjumlah 5.494.606 serta untuk jumlah yang meninggal dunia mencapai 152.975 jiwa.⁵¹ Pada daerah Kabupaten Demak sendiri untuk data bahwa kasus positif covid-19 mencapai 15.750 jiwa dengan kasus sembuh 14.332 dan kasus meninggal dunia 1.334.⁵²

Pandemi covid-19 juga memberikan dampak pada pertumbuhan ekonomi nasional berdasarkan dari data pertumbuhan PDB (*produc domestic bruto*) pada tahun 2019 yaitu 5,02% kemudian pada tahun 2020 mengalami penurunan yaitu di angka -2,07% dan pada tahun 2021 perlahan pertumbuhan ekonomi sedikit naik dengan angka pertumbuhan PDB mencapai 3,69%.⁵³ Sedangkan untuk Kabupaten Demak sendiri adanya pandemi covid-19 juga berdampak terhadap laju pertumbuhan perekonomian yang ada di Demak, berdasarkan data yaitu pada tahun 2019 mencapai 5,36% namun di tahun 2020 mengalami penurunan diangka -0,23% dan pada tahun 2021 mencapai perkembangan pertumbuhan diangka 2,62%.⁵⁴

2.5 Minat

2.5.1 Definisi Minat

Menurut Syuhada menjelaskan mengenai minat yaitu sebuah proses kejiwaan dari hal yang bersifat abstrak yang kemudian dibuktikan dengan cara melakukan seluruh keadaan aktifitas yang kemudian ada objek yang diketahui dan dianggap bernilai yang diinginkanya, sehingga proses jiwa dapat mempengaruhi perasaan terhadap sesuatu hal atau dapat dikatakan artinya minat dapat

⁴⁹ Moch halim sukur dkk, “penanganan pelayanan kesehatan di masa pandemi covid-19 dalam perspektif hukum kesehatan”, *journal inicio legis*, vol. 1, no. 1, oktober 2020. h. 5.

⁵⁰ Kharismatul Khasanah dkk, “edukasi dan evaluasi tingkat pengetahuan warga sekitar masjid di daerah pekalongan barat mengenai penggunaan handsinitizer guna pencegahan covid-19”, *ABDIMAS*, vol. 2, no. 1, januari 2021. h. 48.

⁵¹ “<https://covid19.go.id/>” diakses 16 maret 2022.

⁵² “<https://corona.demakkab.go.id/>” diakses pada 16 maret 2022.

⁵³ “<http://www.bps.go.id>” diakses pada 17 maret 2022.

⁵⁴ “<https://demakkab.bps.go.id/>” diakses 17 maret 2022.

menimbulkan keinginan yang kuat mengenai sesuatu.⁵⁵ Sedangkan menurut Sutikno menjelaskan mengenai minat yaitu sebuah munculnya rasa suka yang lebih dan memiliki ketertarikan terhadap sesuatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh, yang diikuti dengan rasa senang dan diakhiri dengan kepuasan.⁵⁶ Minat merupakan suatu rasa kecenderungan untuk memperhatikan dan melihat secara terus menerus kemudian diikuti dengan rasa senang untuk mencapai kepuasan dalam menggunakan teknologi.⁵⁷ Minat merupakan sebuah dorongan atau keinginan yang berasal dari diri sendiri terhadap suatu objek tertentu dan berkaitan dengan motivasi seseorang dan dapat berubah-ubah tergantung situasi, kebutuhan, pengalaman, mode dan tren yang sedang terjadi dan tidak berasal dari bawaan sejak lahir.⁵⁸

Menurut Pintrich jenis-jenis definisi minat terbagi menjadi 3 jenis antara lain :

- a. Minat pribadi adalah minat atau keinginan yang muncul dari pribadi atau karakteristik individu yang relatif stabil, umumnya minat pribadi diasumsikan secara langsung ke beberapa topik atau aktivitas.
- b. Minat situasi yaitu minat yang mana dipengaruhi sesuatu yang berhubungan dengan situasi dan kondisi lingkungannya seperti ruangan kelas, fasilitas yang mempengaruhi munculnya minat seseorang.
- c. Minat dalam rumusan psikologi merupakan penggabungan antara minat pribadi dengan minat situasi.⁵⁹

2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Minat seseorang dapat muncul karena ada penyebabnya, ada tiga faktor yang menjadi suatu penyebab timbulnya minat seseorang yaitu diantaranya :

- a. Berasal dari dorongan individu, semisal dorongan untuk bisa makan dengan begitu akan membangkitkan minat untuk mencari nafkah, membuat makanan dan dalam memenuhi kebutuhan lainnya.
- b. Motif sosial, tindakan ekonomi menumbuhkan minat dalam melakukan aktifitas.
- c. Faktor emosional, karena minat sangat berkaitan erat dengan emosi.⁶⁰

⁵⁵ Vina Pandu Winata, dkk, “analisis kemudahan penggunaan, efisiensi dan keamanan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan bsm mobile banking pada bank syariah mandiri kantor cabang payakumbuh”, *ekonomika syariah*, vol. 2, no. 2, juli 2018. h. 204.

⁵⁶ Hamdiah, dkk, “strategi peningkatan minat nasabah dalam penggunaan internet mobile banking (studi kasus pada bank syariah mandiri di lhokseumawe)”, *jurnal visioner & strategis*, vol. 10, no. 1, maret 2021. h. 3.

⁵⁷ Mario Ledesman, “pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking (studi pada bsm cabang bandar jaya)”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan:Lampung, 2018, h. 53, t.d.

⁵⁸ Annisa fitri iriani ..., h. 101.

⁵⁹ Mukhtisar, dkk, “pengaruh efisiensi, keamanan dan kemudahan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking* (studi pada nasabah bank syariah mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)”, *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, vol. 3, no. 1, 2020. h. 62.

⁶⁰ Nurbaiti, Supaino, Diena fadhilah, “pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat pesantren di bank syariah”, *jurnal bilal*, vol. 1, no. 2, desember 2020. h. 33.

2.5.3 Indikator Minat

Indikator ialah untuk mengukur atau mengindikasikan seseorang memiliki minat menggunakan suatu produk atau layanan. Ada beberapa indikator minat antara lain :

- a. Minat transaksional, artinya memiliki kecenderungan untuk menggunakan suatu produk atau layanan.
- b. Minat refrensial, yaitu sebuah kecenderungan untuk merefrensikan suatu produk atau layanan kepada orang lain.
- c. Minat eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang dengan mencari informasi tentang suatu produk atau layanan yang diminatinya dan mencari informasi tentang keunggulan atau hal positif dari suatu produk atau layanan tersebut.⁶¹

2.6 Mobile Banking

2.6.1 Definisi Mobile Banking

Pengertian *mobile banking* adalah sebuah layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank dengan tujuan untuk mendukung agar memberikan keefektifitasan kepada nasabah untuk melakukan transaksi dan memberikan kelancaran serta kemudahan dalam kegiatan perbankan.⁶² Sedangkan definisi *mobile banking* menurut shinhan bank merupakan layanan dari bank yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi melalui *smartphone* atau ponsel.⁶³ *Mobile banking* adalah sebuah layanan atau fasilitas yang ditawarkan dari pihak perbankan dan layanan ini dapat digunakan untuk aktifitas transaksi melalui sebuah aplikasi pada *smartphone* pribadi nasabah.⁶⁴

Ada beberapa keuntungan yang akan didapatkan dari layanan atau fasilitas *mobile banking*, salah satu keunggulan *mobile banking* ini yaitu nasabah dapat menjalankan aktifitas transaksi melalui aplikasi *mobile banking* dimanapun dan kapanpun karena untuk menggunakan *mobile banking* tidak dibatasi oleh waktu serta jam kerja Bank.⁶⁵ Selain itu menggunakan *mobile banking* dapat menghemat waktu dan menggunakan *mobile banking* memiliki tujuan supaya nasabah tidak ketinggalan zaman dalam menggunakan teknologi yaitu media elektronik yang kini sudah modern serta dapat memanfaatkan teknologi seperti *smartphone* agar tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi saja namun juga bisa digunakan untuk berbisnis dan bertransaksi.⁶⁶ Layanan *mobile banking* termasuk menjadi layanan dari perbankan yang paling diminati oleh para nasabah karena penggunaanya yang

⁶¹ Mario Ledesman ..., h. 53. t.d.

⁶² Ivone Vradia Amora ..., h. 163.

⁶³ Muhammad Ibnu Rasyid, dkk, "pengaruh e-servqual dan kepuasan pengguna *mobile banking* (*mbanking*) Terhadap loyalitas nasabah pada bank bca di Bandung", *e-proceeding of management*, vol. 6, no. 3, 2019. h. 3.

⁶⁴ Miftahuddin, decky hendarsyah, "Analisis perbandingan fasilitas aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Mandiri Kcp bengkalis dengan Bank Mandiri Kc bengkalis", *IQTISHADUNA*, vol. 8, no. 2, juni 2019. h. 18.

⁶⁵ Amatun Nur Makmuriyah, Kartika Marella Vanni, "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*", *Eduka*, vol. 5, no. 1, 2020. h. 38.b

⁶⁶ Abi fadlan, dkk ..., h. 84.

tidak sulit bahkan terkesan mudah serta memiliki fitur yang hampir sama seperti ketika datang langsung ke bank oleh sebab itulah yang menjadikan alasan nasabah memilihnya.⁶⁷

2.6.2 Jenis-Jenis Mobile Banking

Ada beberapa jenis *mobile banking* yaitu ada 3 golongan diantaranya :

a. *Informational* (bersifat memberikan informasi)

Situs ini hanya terdapat beberapa informasi terkait produk-produk yang ada kemudian untuk resiko sistem ini memiliki resiko yang tergolong rendah karena tidak tersambung langsung dengan *server* utama atau jaringan yang terhubung dengan bank, resiko yang diterima mungkin hanya *deface* yaitu dimana terjadi pengubahan isi dari situs yang ada di internet. Tentunya hal tersebut tidak perlu dikawatirkan karena tidak membahayakan sistem bank namun, hanya mengacaukan informasi yang ada.

b. *Communicative* (komunikatif)

Pada jenis yang kedua ini lebih interaktif karena dimungkinkan terjadinya jalinan komunikasi antara sistem yang dimiliki pihak bank dengan nasabah. Beberapa contoh bentuk interaksi tersebut berupa laporan transaksi, informasi saldo, pengubahan data pribadi nasabah serta formulir-formulir keanggotaan layanan dari bank yang bersangkutan. Untuk resiko berbeda dari jenis yang pertama resiko jenis ini lebih beresiko sebab adanya hubungan komunikasi antara nasabah dan sistem bank tersebut sehingga perlu adanya pengawasan dan pejagaan agar terhindar dari penyusup atau program-program seperti virus dan lain-lain.

c. *Transactional* (dapat digunakan transaksi)

Jenis yang terakhir ini memuat dua jenis sistem sebelumnya karena pada sistem ini memiliki jalur langsung ke *server* yang dimiliki bank maka, nasabah dimungkinkan untuk melakukan transaksi secara langsung, transaksi yang dapat dilakukan yaitu akses langsung ke account bank seperti informasi saldo ataupun transaksi terakhir, melakukan transfer, pembayaran tagihan, isi pulsa dan lain-lain, perihal resiko jenis ini memiliki resiko yang sangat besar untuk itu perlu dilakukannya kontrol secara handal.⁶⁸

2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berguna bagi penulis karena untuk membandingkan penelitian terdahulu agar menjadi acuan bagi penelitian peneliti. Setelah peneliti melakukan telaah dan menemukan beberapa

⁶⁷ Fitrianisa, Sylvia Rozza, Ali Masjono, “peran publik relations, kepercayaan dan persepsi kemudahan dalam mendorong minat bertransaksi menggunakan mobile banking(studi kasus pengguna mobile banking BNI Syariah di kota Depok)”, *Account*, vol. 7, no. 1, 2020. h. 1261.

⁶⁸ Novitasari Putri Wulandari dkk, “Analisis faktor penggunaan layanan *mobile banking*”, *bisnis dan iptek*, vol. 10, no. 2, oktober 2017. h. 142.

penelitian terdahulu yang berhubungan dengan permasalahan atau topik pada penelitian ini. Berikut beberapa penelitian terdahulu antara lain :

- a. Penelitian dari Rahmatika Mahmudah, S1 perbankan syariah Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2021. Dengan judul “pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan, penggunaan, kepercayaan, kualitas layanan, dan *word of mouth* terhadap minat penggunaan *mobile banking*” banyak faktor serta alasan yang membuat nasabah berminat menggunakan *mobile banking*, dalam penelitian tersebut membahas diantaranya pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan, kepercayaan, kualitas layanan dan *word of mouth* terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Dari penelitian tersebut menghasilkan pembahasan dan kesimpulan yaitu menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan, kemudahan dan kualitas layanan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan sedangkan variabel kepercayaan berpengaruh negatif serta *signifikan* dan variabel *word of mouth* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.⁶⁹
- b. Penelitian dari Ismi Apriyanti, jurusan perbankan syariah, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2021. Penelitian tersebut berjudul “pengaruh kemudahan penggunaan *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif masyarakat kota Bekasi di masa pandemi covid-19” dari penelitian yang dilakukan menghasilkan kesimpulan bahwa pengaruh kemudahan penggunaan *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif masyarakat kota bekasi di masa pandemi covid-19 mempunyai pengaruh positif dan *signifikan*. sebabnya pada saat pandemi covid-19 yang mana masyarakat harus membatasi aktifitasnya untuk keluar rumah dan dengan menggunakan *mobile banking* masyarakat dapat berbelanja secara online karena *platform* belanja online dan aplikasi *mobile banking* berada dalam *smartphone* yang sama hal tersebut dapat memudahkan masyarakat kota bekasi serta menjadi alternatif untuk tidak perlu keluar rumah dengan begitu dapat meminimalisir penularan covid-19 di masa pandemi.⁷⁰
- c. Penelitian dari Ahmad Yudin, jurusan ekonomi islam, Institut Agama Islam Negeri palangkaraya, 2021. Pada penelitian tersebut berjudul “pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan *mobile banking* terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia KC 3 Palangkaraya” berdasarkan hasil penelitian tersebut bahwa variabel manfaat dan kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif sedangkan untuk variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia KC 3 Palangkaraya.⁷¹

⁶⁹ Rahmatika Mahmudah, “Pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, kualitas layanan, dan *word of mouth* terhadap minat penggunaan *mobile banking* (studi kasus nasabah BRI syariah kc Semarang)”, Skripsi, Salatiga:IAIN Salatiga, 2021, h. 74, t.d.

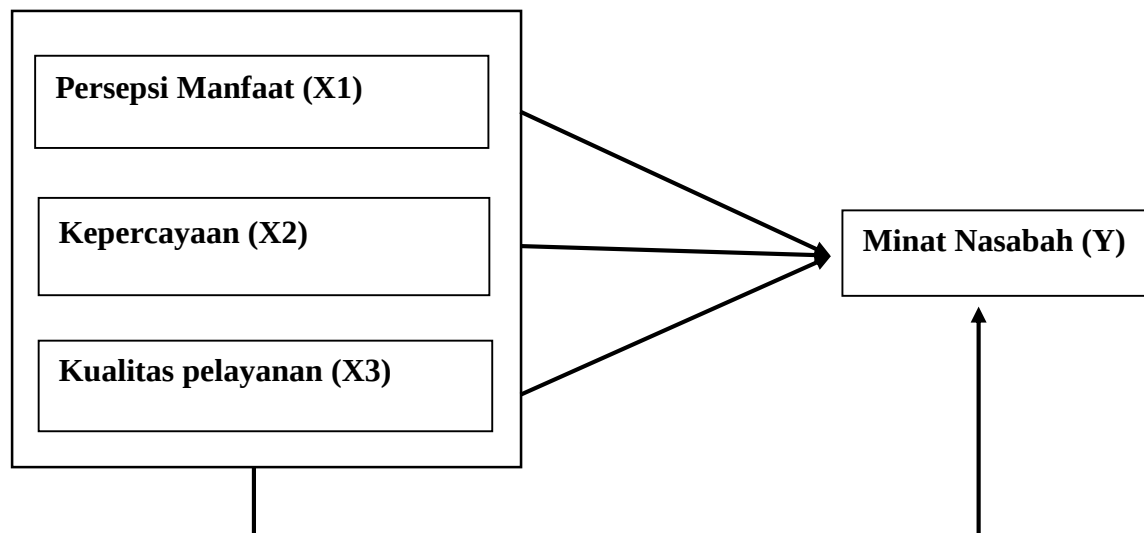
⁷⁰ Ismi Apriyanti, “pengaruh kemudahan penggunaan *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif masyarakat kota bekasi di masa pandemi covid-19”, Skripsi, Banten:UIN Sultan Maulana Hasanuddin, 2021, h. 129, t.d.

⁷¹ Ahmad Yudin, “pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan *mobile banking* terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia KC 3 Palangkaraya”, skripsi, Palangkaraya:IAIN Palangkaraya, 2021, h. 78, t.d.

- d. Penelitian dari Bening Roosma Murti, prodi perbankan syariah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017. Dengan judul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan mobile banking (studi kasus pada nasabah bank BNI Syariah Kcp Bantul)” ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah minat untuk menggunakan fasilitas *mobile banking* di bank syariah dari pembahasan dan penilitian ini menghasilkan beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* yaitu 62,2% persepsi kemudahan, kenyamanan, kepercayaan dan kemanfaatan penggunaan berpengaruh secara *signifikan* terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*, sedangkan sisanya 37,8% dipengaruhi oleh variabel lain.⁷²

2.8 Kerangka pemikiran teoritik

Penelitian ini terdiri dari dua varibel yaitu variabel X dan variabel Y. Variabel X (bebas atau independen) yaitu persepsi manfaat (X1), persepsi kepercayaan (X2) dan persepsi kualitas layanan (X3) kemudian variabel Y (terikat atau dependen) yaitu minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi pada bank syariah, maka kerangka pemikiran teoritiknya sebagaimana dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

⁷² Bening Roosma Murti, “pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, kualitas layanan, dan *word of mouth* terhadap minat penggunaan *mobile banking* (studi kasus nasabah BRI syariah kc Semarang)”, Skripsi, Yogyakarta:UIN Sunan Kalijaga, 2017, h. 91, t.d.

2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah sebuah jawaban yang jawaban tersebut bersifat sementara dari rumusan masalah penelitian, kenapa bersifat sementara, karena jawaban sementara yang didasari oleh teori-teori yang relevan belum bisa dibuktikan secara empiris melalui pengumpulan data sesuai dengan kenyataan lapangan. Jadi hipotesis bisa dikatakan hanya jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian belum menjadi jawaban yang empirik.⁷³

2.9.1 Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada bank syariah.

Menurut hasil penelitian dari Ahmad Yudin Terdapat pengaruh dan *signifikan* persepsi manfaat terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di bank syariah dan menurut Margaretha bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.⁷⁴

Berdasarkan uraian di atas maka diajukan hipotesis sebagai berikut :

H1: persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid 19 pada BSI KCP Demak

2.9.2 Pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada bank syariah.

Kepercayaan menurut Bening Roosma Murti bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* hasil tersebut selaras dengan hasil penelitian dari Livinsia Lieny bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan.⁷⁵

Berdasarkan uraian di atas maka diajukan hipotesis sebagai berikut :

H2: kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada bank syariah.

2.9.3 Pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada bank syariah.

Menurut Achmad Fandi berdasarkan hasil penelitiannya bahwa kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.⁷⁶

Berdasarkan uraian di atas maka diajukan hipotesis sebagai berikut :

⁷³ Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif kualitatif*, Bandung : alfabeta, 2020, h. 99-100.

⁷⁴ Margaretha Oktavia Pranoto, dkk, ..., h. 7.

⁷⁵ Livinsi Lieny ..., h. 62.

⁷⁶ *Ibid*.

H3: kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada bank syariah.

2.9.4 Pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kualitas layanan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada bank syariah.

Menurut Rahmatika Mahmudah bahwa berdasarkan hasil penelitiannya persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, kualitas layanan, dan *word of mouth* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.⁷⁷

Berdasarkan uraian di atas maka diajukan hipotesis sebagai berikut :

H4: persepsi manfaat, kepercayaan, dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada bank syariah.

⁷⁷ Rahmatika Mahmudah ..., h. 61.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan jenis-jenis penelitian ada beberapa metode penelitian yang dapat diklasifikasikan berdasarkan tujuan, dan tingkat kealamiahannya suatu obyek yang diteliti. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti terhadap populasi atau sampel tertentu, pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian, analisis datanya bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ada. Penelitian ini pada umumnya dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu yang representatif, dimana untuk menjawab rumusan masalah menggunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis, kemudian hipotesis diuji melalui cara dengan mengumpulkan data untuk mengumpulkannya menggunakan instrumen penelitian, data yang telah terkumpul kemudian dianalisis secara kuantitatif menggunakan statistik sehingga dari hasil tersebut dapat memperoleh kesimpulan bahwa hipotesisnya terbukti atau tidak.⁷⁸ Berdasarkan dari penjelasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa jenis atau metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif kemudian untuk pengolahan datanya menggunakan alat SPSS.

3.1.2 Sumber Data

Sumber data yaitu sumber dimana data tersebut didapatkan.⁷⁹ Pada penelitian ini sumber data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Berikut penjelasan dari data primer dan data sekunder.

- a. Data primer yaitu berupa data yang diperoleh dari lapangan secara langsung dengan melibatkan objek penelitian sebagai sumber datanya. Sehingga untuk mendapatkan data primer yaitu dengan cara mencari atau mengumpulkan data dan informasi secara langsung diantaranya seperti halnya yang dilakukan oleh peneliti berupa memberikan kuesioner atau angket yang berbentuk lembaran kertas kepada nasabah BSI KCP Demak.
- b. Data sekunder yang didapatkan dari beberapa literatur seperti jurnal-jurnal, buku, dokumen atau data-data yang lain yang mana data tersebut berhubungan dan berkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan.⁸⁰

⁷⁸ *Ibid*, h. 16-17.

⁷⁹ Sandi hesti sondak, Rita N. Taroreh, Yantje Uhing, "Faktor-faktor loyalitas pegawai di dinas pendidikan daerah provinsi sulawesi utara". *EMBA*, vol. 7, no. 1, januari 2019. h. 675.

⁸⁰ Sugiyono ..., h. 9.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

3.2.1 Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam melaksanakan penelitian ini yaitu pada kurun waktu 7 hari dari mulai senin 4 April 2022 s/d selasa 12 April 2022.

3.2.2 Tempat Penelitian

Penelitian ini di lakukan pada Bank Syariah Indonesia KCP Demak yang beralamat di Jl. Sultan Fatah No.37, Kauman, Bintoro, Kecamatan Demak, Kabupaten Demak, Jawa Tengah. Kode pos : 59511.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi yaitu mencakup wilayah generalisasi yang mana terdapat obyek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik yang sudah ditetapkan dan terkait dari penelitian peneliti sehingga dapat ditarik kesimpulannya.⁸¹ Berdasarkan keterangan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Populasi pada penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak yang menggunakan layanan *mobile banking*. Menurut sumber dari *Customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Demak yaitu Tri Hartanto bahwa jumlah nasabah pengguna *mobile banking* berjumlah 5.600 nasabah per maret 2022, maka artinya populasi pada penelitian ini berjumlah 5.600 nasabah atau orang.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian atau yang mewakili dari sebuah populasi penelitian. Karena apabila objek penelitian yang diteliti memiliki populasi yang besar peneliti tidak mungkin mempelajari semua populasi, dengan alasan seperti keterbatasan dana, waktu dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel akan tetapi dengan syarat sampel tersebut harus benar-benar representatif dari populasi objek penelitian.⁸² Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *propability sampling* yaitu sebuah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama kepada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dengan salah satu teknik *probalitity sampling* yaitu teknik *simple random sampling* yang digunakan pada penelitian ini, teknik ini merupakan pengambilan anggota sampel dengan dilakukan secara acak yang tidak memandang strata yang ada dalam populasi.⁸³ Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin, dengan rumus slovin sebagai berikut :

⁸¹ Sugiyono .., h. 126-127.

⁸² Ayu asari, "pengembangan ekowisata bahari berbasis masyarakat di desa baho, kecamatan likupang barat, kabupaten minahasa utara", *jurnal ilmiah platax*, vol. 6, no. 1, januari 2018. h. 32.

⁸³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, Bandung : alfabeta, 2016. h. 82.

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

Diketahui :

n = sampel

N = populasi

e = seberapa persen tingkat kesalahan

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

$$n = \frac{5.600}{1+5.600.(0,1)^2}$$

$$n = \frac{5.600}{1+56}$$

$$n = \frac{5.600}{57} = 98,24 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ orang.}^{84}$$

Dengan begitu jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 100 responden atau nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Demak. Dengan kriteria responden atau sampel sebagai berikut :

- a. Minimal berusia 17 tahun.
- b. Nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.
- c. Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Demak.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Ada beberapa macam teknik atau metode dalam melakukan pengumpulan data dalam sebuah penelitian yaitu *interview* atau wawancara, kuesioner atau angket, observasi atau pengamatan dan gabungan ketiganya.⁸⁵ Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

a. Kuesioner atau Angket

Kuesioner atau angket merupakan suatu cara pengumpulan data yang dilakukan melalui cara dengan memberi serangkaian pertanyaan-pernyataan yang berupa tertulis dan diberikan kepada responden untuk diberikan jawaban sesuai dengan permintaan peneliti. Apabila peneliti sudah mengetahui dengan pasti

⁸⁴ Edy supriyadi, *SPSS + Amos*, Jakarta : IN MEDIA, 2014. h. 18.

⁸⁵ *Ibid.* h. 222.

variabel yang akan diteliti dan mengetahui apa yang bisa diharapkan dari responden, maka teknik pengumpulan data dengan teknik kuesioner atau angket merupakan cara yang efisien⁸⁶ Adapun skala yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini yaitu skala *likert*, skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok sebagai objek penelitian mengenai kejadian atau gejala sosial.⁸⁷ Dengan skala *likert* variabel yang akan diukur kemudian dijabarkan menjadi indikator dengan indikator tersebut dapat dijadikan untuk titik tolak untuk membuat item-item instrument yang berupa pertanyaan maupun pernyataan. Jawaban setiap item instrumen memiliki gradasi dari yang sangat positif sampai yang sangat negatif.⁸⁸ untuk keperluan penelitian kuantitatif, maka jawaban tersebut diberi skor sebagai berikut :

- | | |
|--------------------------|----------|
| a. Sangat setuju | skor : 5 |
| b. Setuju | skor : 4 |
| c. Netral atau ragu-ragu | skor : 3 |
| d. Tidak setuju | skor : 2 |
| e. Sangat tidak setuju | skor : 1 |

Pada penelitian ini kuesioner atau angket tersebut akan dibagikan kepada responden yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak secara acak dan yang bersedia mengisi, adapun kuesioner yang penulis berikan berupa lembaran kertas yang berisi serangkaian pertanyaan yang sudah penulis sediakan.

b. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pertemuan dua orang atau lebih dengan melakukan tanya jawab sehingga adanya pertukaran sebuah informasi atau ide dan menghasilkan makna dari suatu topik tertentu. Teknik wawancara sendiri digunakan apabila peneliti ingin melakukan prariset sebelum melakukan penelitian untuk menemukan informasi atau permasalahan dari obyek penelitian dan untuk mengetahui lebih mendalam tentang hal-hal yang berkaitan dengan responden.⁸⁹ Wawancara pada penelitian ini dengan *costumer service* untuk menanyakan seberapa banyak jumlah nasabah BSI KCP Demak yang menggunakan *mobile banking*.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data yang berkaitan tentang variabel penelitian baik berupa notulen, catatan, surat kabar, buku dan lain lain. Dokumentasi dalam penelitian ini diperlukan untuk mengumpulkan data kemudian dipelajari dan mencatat yang dianggap penting.⁹⁰ Pada penelitian ini

⁸⁶ Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2020. h. 199.

⁸⁷ Riduwan, *Dasar-dasar statistika*, bandung : Alfabeta, 2018. h. 38.

⁸⁸ Sugiyono, *metode ...*, h. 147.

⁸⁹ *Ibid.* h. 195.

⁹⁰ Suharsimi dan Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006. h. 231.

dokumentasi yang diperlukan berupa pengambilan gambar saat menyebar kuisioner dalam penelitian dan sebagainya.

Dari penjelasan di atas maka dari beberapa teknik pengumpulan data yang ada, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner atau angket, wawancara dan dokumentasi.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian yaitu suatu objek atau kegiatan yang mana mempunyai variasi tertentu yang sudah dipilih oleh peneliti untuk dijadikan bahan penelitian dan dipelajari kemudian supaya dapat ditarik kesimpulannya.⁹¹ Variabel dari penelitian ini yaitu diantaranya variabel X1 persepsi manfaat, variabel X2 kepercayaan dan variabel X3 kualitas layanan, semuanya sebagai variabel yang bersifat independen sedangkan variabel Y yang bersifat dependen yaitu minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19.

Tabel 3. 1 Indikator variabel penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Persepsi manfaat (X1)	Persepsi manfaat merupakan sebuah pemikiran bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi informasi dapat meningkatkan kinerjanya, memberikan keuntungan serta manfaat untuk penggunaanya.	1. Meningkatkan produktifitas 2. Meningkatkan keefektifan dalam kehidupan sehari-hari 3. Dapat mengurangi waktu transaksi 4. Sangat memberikan manfaat	Abdul Yusuf dkk, “pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan konsumen ovo”, jurnal manajemen, vol 11, no. 1, 2021. h. 57.

⁹¹ Sugiyono, *metode ...*, h. 68

Kepercayaan (X2)	Kepercayaan yaitu suatu rasa percaya seorang nasabah kepada pihak bank terkait kehandalan, menjamin kemanan dan kerahasiaan akun nasabah.	1. Kehandalan 2. Kepedulian 3. Kredibilitas	Rahmawati, dkk, “ <i>mobile banking: analisa penggunaan pada nasabah Pt. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe: Pendekatan technology acceptance Model (tam) </i> ”, IHTIYATH, vol. 3, no. 2, September 2019. h. 40.
Kualitas layanan (X3)	Kualitas layanan adalah sebuah bentuk dari seluruh fitur atau karakteristik dari produk yang digunakan untuk tujuan memuaskan kebutuhan pelanggan atau nasabah.	1. Bukti fisik 2. Kehandalan 3. Ketanggapan 4. jaminan	Yulia Widi Astuti, dkk, “Pengaruh kualitas layanan, nilai nasabah, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan <i>mobile banking syariah</i> ”, jurnal sains pemasaran Indonesia, vol. 19, no. 3, desember 2020. h. 140.
Minat nasabah untuk menggunakan <i>mobile banking</i> di tengah pandemi covid 19 (Y)	Minat merupakan suatu rasa kecenderungan untuk memperhatikan dan melihat secara terus menerus kemudian diikuti dengan rasa senang untuk mencapai kepuasan dalam menggunakan teknologi.	1. Kecenderungan menggunakan suatu produk atau layanan. 2. Kecenderungan untuk merefrensikan suatu produk kepada orang lain. 3. Kecenderungan yang menggambarkan seseorang untuk mencari informasi mengenai produk atau layanan tersebut.	Mario Ledesman, “pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan <i>mobile banking</i> (studi pada bsm cabang bandar jaya)”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan:Lampung, 2018, h. 53.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan cara untuk mengolah data setelah dari seluruh responden atau sumber data yang yang lain semua terkumpul. kemudian, kegiatan analisis data dilakukan dengan cara yaitu mengelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden setelah itu mentabulasi data kemudian melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan menjawab hipotesis yang ada.⁹²

Penelitian ini merupakan jenis metode penelitian kuantitatif oleh karenanya teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis data kuantitatif serta metode yang digunakan adalah salah satunya analisis regresi linear berganda. Untuk membantu mengolah data maka data yang sudah terkumpul akan dianalisis menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) v.21. Teknik analisis data yang digunakan antara lain:

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang berupa statistik deskriptif yaitu proses menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menjelaskan data yang sudah didapatkan dari hasil penelitian yang telah terkumpul sebagaimana dengan tujuan data yang telah didapatkan dapat mudah dipahami dan tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi.⁹³

3.6.2 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data ini dimaksudkan untuk mengetahui bahwa data yang yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya dan kualitasnya, dalam pengujian kualitas data pada penelitian ini, menggunakan beberapa uji diantaranya uji validitas dan uji reliabilitas.

3.6.2.1 Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan guna untuk mengetahui valid atau tidaknya masing-masing instrumen dalam sebuah variabel, Pada dasarnya uji validitas ini digunakan untuk mengukur sah tidaknya kuisioner dan suatu kuisioner dikatakan valid yaitu jika pertanyaan atau item dalam kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut, apabila terbukti valid maka pertanyaan atau item kuisioner penelitian tersebut dikatakan memiliki kualitas yang baik. Pada uji validitas penelitian ini menggunakan metode *pearson product moment correlation* metode ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor item dengan total item skornya, total item skor yaitu seluruh item pertanyaan dalam suatu variabel. Kemudian untuk kriteria pada pengujian ini menggunakan r tabel dengan taraf 0,05 dengan cara pengambilan kesimpulan apakah dikatakan valid atau tidak yaitu apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) maka item atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid

⁹² Sugiyono, *metode ...*, h. 206.

⁹³ Sugiyono, *metode ...*, h. 147.

dan sebaliknya jika nilai r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$) maka item atau pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid.⁹⁴

3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sebuah uji yang digunakan dengan tujuan mengetahui konsistensi atau keteraturan sebuah alat atau instrumen yang apabila instrumen tersebut digunakan sekali lagi atau bahkan berkali-kali yang digunakan untuk mengukur suatu objek atau responden.⁹⁵ Pengukuran reabilitas diperlukan dengan tujuan mendapatkan data yang sesuai dengan tujuan pengukuran, maka dalam uji realibilitas ini pada penelitian ini menggunakan metode *Alpha Cronbach's* yang diukur dengan berdasarkan skala 0 sampai 1. Untuk mengetahui kehandalan dan konsistensi reabilitas dari masing-masing instrumen dapat dilihat pada tabel *Alpha Cronbach's*, untuk mengetahui kuesioner dinyatakan baik dan reliabel jika nilai dari *Alpha Cronbach's* lebih dari 0,6.⁹⁶

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dengan tujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang digunakan memiliki ketepatan dalam estimasi dan konsiten serta berfungsi untuk menguji suatu model dan mengetahui apakah termasuk layak atau tidak untuk digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik yang dilakukan yaitu uji normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji dengan maksud untuk mengetahui apakah distribusi dari sebuah data benar-benar mendekati normal. Karena data yang baik yaitu distribusi data tersebut tidak melenceng ke kiri ataupun ke kanan.⁹⁷ Tujuan dari adanya uji normalitas yaitu untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh normal atau mendekati normal. Hal ini karena data yang baik datanya terdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan beberapa metode, salah satunya adalah metode uji *Kolmogorov smirnov*. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.⁹⁸

3.6.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas yaitu uji yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas itu saling berkorelasi. Apabila hal ini terjadi maka akan sangat sulit untuk

⁹⁴ Ce Gunawan, *mahir menguasai SPSS*, Yogyakarta:CV Budi Utama, 2020, h. 88.

⁹⁵ Edy Supriyadi, *SPSS ...*, h. 29.

⁹⁶ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, Jakarta : Prestasi Pustaka Publisher, 2009. h.96.

⁹⁷ Angga Hidayat, prima sadewa, "pengaruh penggunaan aplikasi Eviews terhadap sikap belajar dan kemampuan pemecahan masalah statistik", *Edumaspul*, vol. 4, no. 1, 2020. h. 327.

⁹⁸ Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, Jakarta : RajaGrafindo Persada,2016. h.93.

bisa menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Uji multikolineritas menggunakan uji regresi, dengan melihat nilai VIF (variance inflation factor) dan tolerance. Adapun kriteria yang digunakan yaitu : pertama, jika nilai VIF diangka sekitar 1-10 artinya tidak ada masalah multikolineritas kemudian kedua, jika nilai tolerance lebih dari atau sama dengan 0.10, maka dapat dikatakan tidak terjadi masalah multikolineritas.⁹⁹

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk menguji apakah dalam suatu regresi mengalami sebuah ketidaksamaan dari varian dan residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Pada penelitian ini untuk uji heteroskedastisitas menggunakan metode uji *glesjer* yaitu uji dengan mengkorelasikan nilai absolut residual dengan masing-masing variabel, kriteria untuk membaca hasil uji *glesjer* yaitu apabila dari hasil perhitungan nilai probabilitas signifikansinya lebih dari 0,05 maka dapat diartikan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas sebaliknya jika nilai probabilitas signifikansinya kurang dari 0,05 maka dinyatakan terjadi gejala heteroskedastisitas.¹⁰⁰

3.6.4 Analisis Regresi

Analisis regresi mempunyai tujuan yaitu menentukan suatu persamaan regresi yang baik dan yang dapat digunakan untuk menaksirkan sebuah nilai variabel indepeden, serta taksiran yang dihasilkan merupakan taksiran yang terbaik atau dapat dikatakan kecil terjadi kesalahan taksir.

Bentuk persamaan yang akan digunakan sebagai berikut :

$$Y = a + Bx$$

Keterangan :

a : konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b : koefisian regresi (kenaikan atau penurunan taksiran nilai Y apabila X berubah satu unit)

Y : Variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel lain (dependen)

X : Variabel yang mempengaruhi nilai variabel lain (independen).¹⁰¹

3.6.4.1 Regresi Linier berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu regresi yang memiliki lebih dari satu variabel independen, karena dalam masalah ekonomi ataupun bisnis keterkaitan antar variabel

⁹⁹ Echo Perdana, *olah data skripsi dengan SPSS 22*, Bangkal Belitung : Lab kom manajemen fe ubb, 2016, h. 47.

¹⁰⁰ Ce Gunawan, *mahir ...*, h. 128.

¹⁰¹ Algifari, *Statistika Deskriptif plus untuk ekonomi dan bisnis*, Yogyakarta : UPPSTIMYKPN, 2010, h, 203.

tidak hanya terdiri dari satu atau dua variabel saja namun bisa terkait banyak variabel.¹⁰²

Persamaan umum regresi linier berganda sebagai berikut :

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

Diketahui:

Y : variabel dependen

a : konstanta

b_1X_1 : koefisien regresi dari variabel persepsi manfaat (X1)

b_2X_2 : koefisien regresi dari variabel kepercayaan (X2)

b_3X_3 : koefisien regresi dari variabel kualitas layanan (X3)

e : error

Oleh sebab itu maka variabel independen X1 nya yaitu persepsi manfaat, variabel X2 kepercayaan dan variabel X3 kualitas layanan sedangkan minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid 19 sebagai variabel Y atau dependen.¹⁰³

3.6.5 Uji Statistik

Sesudah melakukan pengujian regresi linear berganda kemudian dilakukan uji statistik antara lain Uji Parsial (uji t), Uji simultan (uji F) dan uji koefisien determinasi (R^2).

3.6.5.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel X atau independen secara individual dalam menjelaskan sebuah variasi variabel dependen atau variabel Y.¹⁰⁴

Uji t juga bisa diketahui melalui ketentuan sebagai berikut sebagai berikut :

- Jika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan dengan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 ($<0,05$), maka secara parsial atau masing-masing variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- Apabila nilai t_{hitung} kurang atau lebih kecil dari t_{tabel} dan dengan nilai signifikansi yang lebih dari 0,05 ($>0,05$) maka artinya secara parsial atau masing-masing variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.¹⁰⁵

¹⁰² *Ibid*, h. 203.

¹⁰³ Ce Gunawan, *mahir* ..., h. 170.

¹⁰⁴ Angga hidayat ..., h. 326.

¹⁰⁵ Ce Gunawan ..., h. 162.

3.6.5.2 Uji Simultan (uji F)

Uji simultan merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) secara serempak atau bersama-sama terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat (Y) adapun kriteria pengujianya sebagai berikut :

- a. Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($<0,05$) maka artinya variabel bebas (X) secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat (Y).
- b. Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($>0,05$) maka artinya variabel bebas (X) secara serentak atau bersama-sama tidak mempengaruhi variabel terikat (Y).¹⁰⁶

3.6.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui sejauhmana dan seberapa besar pengaruh variabel X (independen) dapat menjelaskan terhadap variabel Y (dependen). Sebagai contoh apabila suatu persamaan regresi besarnya koefisien determinasi (R^2) adalah 0,81 atau 81% artinya besarnya variasi variabel dependen yang dapat dipengaruhi oleh variabel independen adalah 81% sedangkan sisanya 19% dijelaskan variabel lain.¹⁰⁷ Rumus uji koefisien determinasi sebagai berikut :

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

¹⁰⁶ *Ibid*, h. 172.

¹⁰⁷ Algifari, *statistika ...*, h. 200.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Profil Bank Syariah Indonesia KCP Demak

Nama : PT. Bank Syariah Indonesia
Alamat : Jl. Sultan Fatah No.37, Kauman, Bintoro, Kecamatan. Demak,
Kabupaten Demak, Jawa Tengah. Kode pos : 59511.
No. Telpon : (0291) 682293
Call Center : BSI Call 14040
Website : <https://www.bankbsi.co.id/>

4.1.2 Sejarah Bank Syariah Indonesia KCP Demak

Bank Syariah Indonesia KCP Demak sendiri sebelumnya merupakan Bank BRI Syariah KCP Demak. Asal mula berdirinya BRI Syariah sendiri berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk. Terhadap bank jasa Arta yaitu pada tanggal 19 desember tahun 2007 kemudian setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia atau BI yaitu bertepatan pada tanggal 17 november pada tahun 2008 dengan melalui surat edaran Nomor:10/67/KEP.GBI/DpG/2008, bahwa PT. Bank BRI Syariah dinyatakan resmi beroperasi dengan mengubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional menjadi bank yang beroperasi dan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah dan pada tanggal 19 desember 2008 telah ditandatanganinya akta pemisahan Unit usaha syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk. Untuk melebur ke dalam PT Bank BRI Syariah yang berlaku efektif pada tanggal 1 januari 2009.¹⁰⁸

Indonesia sebagai Negara yang termasuk memiliki penduduk terbesar di dunia dengan sebagian besar penduduknya muslim terbesar didunia memiliki sebuah potensi sebagai industri keuangan syariah oleh karena itu, pada tanggal 1 februari 2021 atau bertepatan pada 19 Jumadil akhir 1442 H, pada hari tersebut menjadi sejarah baru yang mana bergabungnya 3 Bank BUMN atau merger yaitu penyatuan atau penggabungan dua perseroan atau lebih dengan cara mendirikan perseroan atau lebih dengan cara mendirikan perseroan baru dan membubarkan perseroan lainnya. Bank yang bergabung yaitu Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu dan diberubah nama menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI), bergabungnya 3 Bank ini menyatukan keunggulan dari 3 bank yang bergabung dan memberikan layanan yang lengkap, jaringan kantor menjadi lebih luas dan tersebar serta memberikan kapasitas permodalan yang lebih baik. Dengan adanya merger 3 bank syariah

¹⁰⁸ “<https://ir.bankbsi.co.id/milestones.html>” di akses pada tanggal 26 mei 2022.

termasuk salah satunya Bank BRI Syariah maka akhirnya Bank BRI Syariah KCP Demak juga ikut berganti menjadi Bank Syariah Indonesia KCP Demak atau di kenal dengan BSI hingga sampai saat ini.¹⁰⁹

4.1.3 Visi dan Misi

Visi yaitu :

Top 10 global Islamic bank

Misi diantaranya yaitu :

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

4.2 Karakteristik Data Responden

Pada pembahasan berikut disajikan deskripsi dan tabel data-data yang mana telah didapatkan dari kuisioner penelitian. Berdasarkan data hasil penelitian diperoleh secara langsung dari responden yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner penelitian kepada 100 nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak.

4.2.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan dari karakteristik jenis kelamin pada responden dikelompokkan berdasarkan kelompok laki-laki dan kelompok perempuan, berikut ini data pengelompokannya yang diperoleh dari hasil penilitian antara lain:

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Laki-laki	50	50%
2.	Perempuan	50	50%
Total		100	100%

Dari hasil tabel diatas bahwa dapat disimpulkan bahwa berdasarkan jumlah 100 responden untuk kelompok responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 50 orang atau dengan presentase sebesar 50% sedangkan untuk responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 50 orang dengan presentase 50%, artinya banyaknya jumlah responden laki-laki dan perempuan memiliki jumlah yang sama.

¹⁰⁹ “<https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>” di akses pada tanggal 18 April 2022

4.2.2 Usia

Berdasarkan dari karakteristik usia, Dari data usia responden dikelompokkan dengan skala usia 17-23 tahun, usia 24-34 tahun dan 35-45 tahun. Berikut ini data yang diperoleh dari hasil penelitian antara lain :

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Presentase
1.	17-23 Tahun	33	33%
2.	24-34 Tahun	60	60%
3.	35-45 Tahun	7	7%
Total		100	100%

Berdasarkan dari tabel diatas yang menunjukkan data karakteristik responden berdasarkan usia bahwa banyaknya responden yang berusia 13-23 tahun berjumlah 33 orang dengan presentase 33% dan untuk kelompok usia 24-34 tahun berjumlah 60 orang dengan nilai presentasinya yaitu 60% sedangkan kelompok usia 35-45 tahun memiliki jumlah 7 orang dengan presentase 7%, dari karakteristik responden berdasarkan usia sebagian besar responden memiliki usia 24-34 tahun yang mencapai jumlah 60 orang atau presentase 60%.

4.2.3 Pendidikan Terakhir

Berdasarkan dari karakteristik pendidikan terakhir responden yang dikelompokkan dari SMP/SLTP, SMA/SLTA, D3 dan S1. Berikut data pendidikan terakhir responden yang diperoleh dari hasil penelitian antara lain :

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase
1.	SMP/SLTP	4	4%
2.	SMA/SLTA	66	66%
3.	D3	6	6%
4.	S1	24	24%
Total		100	100%

Dari tabel di atas bahwa untuk responden yang memiliki pendidikan terakhir SMP/SLTP berjumlah 4 orang dengan presentase 4% dan untuk responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA/SLTA berjumlah 66 orang atau dengan presentase 66% untuk responden dengan pendidikan terakhir D3 berjumlah 6 orang dengan presentase 6% sedangkan bagi responden yang memiliki karakteristik pendidikan terakhir S1 berjumlah 24 orang atau memiliki nilai presentase 24%, berdasarkan data yang ada sebagian besar pendidikan terakhir responden yaitu SMA/SLTA.

4.2.4 Jenis Pekerjaan

Berdasarkan karakteristik jenis pekerjaan responden, maka dikelompokkan yaitu Karyawan/i, Wiraswasta dan Mahasiswa/i. Berikut ini pengelompokan yang diperoleh dari hasil penelitian antara lain :

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1.	Karyawan/i	55	55%
2.	Wiraswasta	26	26%
3.	Mahasiswa/i	19	19%
Total		100	100%

Dari hasil tabel di atas, bahwa responden yang memiliki jenis pekerjaan sebagai karyawan/i berjumlah 55 orang dengan presentase 55% untuk responden yang memiliki jenis pekerjaan wiraswasta mencapai 26 orang atau responden atau mempunyai presentase 26% sedangkan untuk responden yang

memiliki jenis pekerjaan sebagai mahasiswa/i berjumlah 19 orang dengan nilai presentase 19%, maka dapat disimpulkan bahwa berdasarkan karakteristik jenis pekerjaan responden sebagian besar jenis pekerjaan responden yaitu karyawan/i.

4.3 Analisis Deskriptif Responden

Analisis statistik deskriptif ini bertujuan untuk menjelaskan distribusi frekuensi dari hasil jawaban responden berdasarkan pada hasil angket atau kuesioner yang telah disebar dengan variabel meliputi persepsi manfaat (X1), kepercayaan (X2), kualitas layanan (X3) dan minat menggunakan *mobile banking* (Y).

4.3.1 Variabel Persepsi Manfaat (X1)

Pada variabel ini terdapat 4 item pertanyaan mengenai distribusi frekuensi terhadap hasil kuesioner, berikut ini distribusi frekuensinya :

Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Persepsi Manfaat

	STS		TS		R		S		SS	
X1	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	0	0	2	2	2	2	46	46	50	50
X1.2	0	0	3	3	12	12	48	48	37	37
X1.3	0	0	6	6	11	11	47	47	36	36
X1.4	0	0	2	2	9	9	52	52	37	37

Berdasarkan tabel di atas bahwa distribusi frekuensi dalam setiap item pertanyaannya sebagai berikut :

- “Saya merasa saat menggunakan layanan *M-banking* dapat mempercepat waktu transaksi perbankan di tengah pandemi covid-19.” Pada hasil data di atas bahwa presentase responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) sebesar 0%, tidak setuju (TS) sejumlah 2%, Ragu-ragu (R) sejumlah 2%, setuju (S) sebesar 46% dan untuk jawaban sangat setuju (SS) sebesar 50%.
- “Saya merasakan sistem layanan *M-banking* dapat meningkatkan keefektifan dalam pekerjaan saya di tengah pandemi covid-19.” Pada hasil data di atas bahwa presentase responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) sebesar 0%, yang memilih tidak setuju (TS) sebesar 3%, memilih ragu-ragu (R) 12%, memilih setuju (S) sebesar 48%, sedangkan yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 37%.

- c) “Saya merasa saat menggunakan layanan *M-banking* dapat meningkatkan produktifitas pekerjaan saya di tengah pandemi covid-19.” Berdasarkan dari data tabel di atas bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) sebesar 0%, memilih tidak setuju (TS) sejumlah 6%, memilih ragu-ragu (R) sebesar 11%, yang memilih setuju (S) sebesar 47%, dan yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 36%.
- d) “Saya merasa layanan *M-banking* sangat memberikan manfaat di tengah pandemi covid-19.” Pada hasil dari di atas bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) sebesar 0%, memilih tidak setuju (TS) sejumlah 2%, memilih ragu-ragu (R) sebesar 9%, memilih setuju (S) sejumlah 52%, dan yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 37%.

4.3.2 Variabel Kepercayaan (X2)

Pada variabel ini terdapat 4 item pertanyaan mengenai distribusi frekuensi terhadap hasil kuesioner, berikut ini distribusi frekuensinya :

Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan

	STS		TS		R		S		SS	
X2	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	0	0	0	0	7	7	47	47	46	46
X2.2	0	0	2	2	9	9	57	57	32	32
X2.3	0	0	1	1	6	6	52	52	41	41
X2.4	0	0	0	0	10	10	50	50	40	40

Berdasarkan pada tabel di atas untuk ditribusi frekuensi dalam setiap butir pertanyaan sebagai berikut :

- a) “Pihak bank penyedia layanan *M-banking* memberikan fasilitas dan layanan sesuai dengan apa yang dijanjikan kepada nasabah.” Pada hasil data di atas responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) sebesar 1%, memilih tidak setuju (TS) sejumlah 0%, yang memilih ragu ragu (R) ada 7%, memilih setuju (S) 47%, dan yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 46%.
- b) “Pihak bank penyedia layanan *M-banking* memberikan solusi dan merespon dengan cepat terhadap keluhan dan kendala terhadap layanan *M-banking*.” Berdasarkan dari data tabel di atas bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) sebesar 0%, memilih

tidak setuju (TS) sejumlah 2%, memilih ragu-ragu (R) sebesar 9%, yang memilih setuju (S) sebesar 57% dan yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 32%.

- c) “Pihak bank penyedia layanan *M-banking* jujur dan dapat dipercaya dalam menjalankan mekanisme operasional transaksi *M-banking*.” Pada hasil data di atas untuk responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) sebesar 0%, memilih tidak setuju (TS) sebesar 1%, memilih ragu-ragu (R) sebesar 6%, memilih setuju (S) sebesar 52%, dan yang memilih sangat setuju (SS) sejumlah 41%.
- d) “Saya percaya dan tidak khawatir menggunakan layanan *M-banking* karena keamanan datanya terjamin.” Pada hasil dari data tabel di atas bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) sebesar 0%, memilih tidak setuju (TS) sejumlah 0%, yang memilih ragu ragu (R) sejumlah 10%, memilih setuju (S) 50%, dan yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 40%.

4.3.3 Variabel Kualitas Layanan (X3)

Pada variabel kualitas layanan terdapat 6 item pertanyaan yang diajukan kepada reponden, terkait distribusi frekuensinya sebagai berikut :

Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan

X3	STS		TS		R		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.1	0	0	0	0	6	6	58	58	36	36
X3.2	0	0	6	6	15	15	55	55	24	24
X3.3	0	0	0	0	18	18	62	62	20	20
X3.4	0	0	2	2	22	22	57	57	19	19
X3.5	0	0	0	0	11	11	60	60	29	29
X3.6	0	0	0	0	8	8	58	58	34	34

Berdasarkan pada data tabel di atas bahwa terkait distribusi frekuensi dalam setiap item pertanyaan sebagai berikut :

- a) “Tampilan aplikasi *M-banking* didesain sangat jelas, menarik dan informatif.”
Berdasarkan data tabel di atas bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS)

sebesar 0%, memilih tidak setuju (TS) sejumlah 0%, memilih ragu ragu (R) sejumlah 6%, memilih setuju (S) 58%, dan yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 36%.

- b) “Layanan *M-banking* memiliki teknologi yang canggih dan lebih modern.” Pada data tabel di atas bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) sebesar 0%, memilih tidak setuju (TS) sejumlah 6%, memilih ragu-ragu (R) sebesar 15%, memilih setuju (S) sebesar 55% dan yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 24%.
- c) “Pihak bank penyedia layanan *M-banking* memberikan pelayanan sangat baik dan pasti.” Pada data di atas bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) sejumlah 0%, yang memilih tidak setuju (TS) sebesar 0%, memilih ragu-ragu (R) sebesar 18%, memilih setuju (S) sebesar 62%, dan yang memilih sangat setuju (SS) sejumlah 20%.
- d) “Pihak bank penyedia layanan *M-banking* sangat cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan.” Berdasarkan data di atas bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) sebesar 0%, yang memilih tidak setuju (TS) sejumlah 2%, memilih ragu ragu (R) sejumlah 22%, memilih setuju (S) 57%, dan yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 19%.
- e) “Semua data yang diproses dalam layanan *M-banking* dijamin kemanannya dan kerahasiaan data nasabah dengan baik.” Pada data di atas bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) sejumlah 0%, memilih tidak setuju (TS) sejumlah 0%, memilih ragu-ragu (R) sebesar 11%, memilih setuju (S) sebesar 60% dan yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 29%.
- f) “Pihak penyedia layanan *M-banking* dapat dipercaya dan tidak akan menyalahgunakan data nasabah.” Bahwa berdasarkan data di atas responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) sejumlah 0%, yang memilih tidak setuju (TS) sebesar 0%, memilih ragu-ragu (R) sebesar 8%, yang memilih setuju (S) sebesar 58%, dan yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 34%.

4.3.4 Variabel Minat (Y)

Pada variabel minat ada 4 item pertanyaan yang telah telah dijawab responden melalui kuesioner yang telah diajukan, dengan distribusi frekuensi sebagai berikut :

Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Minat

	STS		TS		R		S		SS	
Y	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y.1	0	0	0	0	9	9	47	47	44	44
Y.2	1	1	6	6	22	22	61	61	10	10
Y.3	0	0	3	3	11	11	62	62	24	24
Y.4	1	1	1	1	9	9	50	50	39	39

Berdasarkan pada data tabel di atas bahwa terkait distribusi frekuensi dalam setiap item pertanyaan sebagai berikut :

- “Saya tertarik untuk menggunakan layanan *M-banking* ditengah pandemi covid-19 karena dapat mempermudah dan memberikan manfaat dalam transaksi perbankan.” Berdasarkan data yang sudah ada di atas bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) sebesar 0%, memilih tidak setuju (TS) sejumlah 0%, memilih ragu-ragu (R) sebesar 9%, memilih setuju (S) sebesar 47% dan yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 44%.
- “Saya sering menceritakan pengalaman menggunakan *M-banking* kepada orang lain.” Dari data di atas bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) sebesar 1%, memilih tidak setuju (TS) sejumlah 6%, untuk yang memilih ragu ragu (R) sejumlah 22%, memilih setuju (S) 61%, dan yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 10%.
- “Saya mencari informasi tentang *M-banking* melalui bank dan mengakses melalui internet.” Berdasarkan data tabel di atas bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) ada sebesar 0%, memilih tidak setuju (TS) sejumlah 3%, memilih ragu ragu (R) sejumlah 11%, memilih setuju (S) 62%, dan yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 24%.
- “Saya tertarik untuk menggunakan layanan *M-banking* dengan tujuan supaya terhindar dari penyebaran virus covid-19.” Berdasarkan dari data di atas bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) sejumlah 1%, memilih tidak setuju (TS) sejumlah 1%, memilih ragu-ragu (R) sebesar 9%, dan memilih setuju (S) sebesar 50% serta yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 39%.

4.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode *pearson product moment correlation* artinya mengkorelasikan antara masing-masing skor item kuisioner dengan skor total item dari jawaban responden.

Ada 2 cara untuk mengetahui sebuah item tersebut valid atau tidak valid yaitu :

- Membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel}

Kriterianya sebagai berikut :

1. Apabila nilai r_{hitung} besar dari nilai r_{tabel} maka dapat dikatakan valid.
2. Apabila nilai r_{hitung} lebih kecil dari pada nilai r_{tabel} maka dapat dinyatakan tidak valid.

- Melihat nilai signifikansinya.

Kriterianya sebagai berikut

1. Apabila nilai sig kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan valid.
2. Apabila nilai sig lebih dari 0,05 artinya dinyatakan tidak valid.

Berikut ini merupakan hasil dari uji validitas dengan menggunakan pengujian korelasi *pearson* dengan menggunakan alat IBM SPSS statistics 21 dengan tabel dibawah ini :

1. Uji validitas persepsi manfaat (X1)

Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Persepsi Manfaat

Item kuisioner	r-hitung	r-tabel 5%	Keterangan
X2.1	0,700	0,195	Valid
X2.2	0,706	0,195	Valid
X2.3	0,735	0,195	Valid
X2.4	0,680	0,195	Valid

Berdasarkan dari hasil tabel diatas bahwa seluruh item atau butir pertanyaan dari variabel X1 (persepsi manfaat) dinyatakan valid, karena semua item menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} .

2. Uji validitas variabel X2 (kepercayaan)

Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kepercayaan

Item kuisioner	r-hitung	r-tabel 5%	Keterangan
X1.1	0,652	0,195	Valid
X1.2	0,861	0,195	Valid
X1.3	0,804	0,195	Valid
X1.4	0,788	0,195	Valid

Dari hasil tabel diatas semua item pertanyaan pada variabel X2 (kepercayaan) menunjukan valid karena nilai r_{hitung} dari semua item pertanyaan lebih besar dari pada nilai r_{tabel} .

3. Uji validitas variabel X3 (kualitas layanan)

Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan

Item kuisioner	r-hitung	r-tabel 5%	Keterangan
X3.1	0,484	0,195	Valid
X3.2	0,647	0,195	Valid
X3.3	0,666	0,195	Valid
X3.4	0,758	0,195	Valid
X3.5	0,579	0,195	Valid
X3.6	0,630	0,195	Valid

Berdasarkan dari tabel diatas bahwa seluruh item dari item variabel X3 atau kualitas layanan dinyatakan valid karena nilai r_{hitung} dari semua item lebih besar dari nilai r_{tabel} .

4. Uji validitas variabel Y (minat nasabah)

Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Minat Nasabah

Item kuisioner	r-hitung	r-tabel 5%	Keterangan
Y1	0,730	0,195	Valid
Y2	0,676	0,195	Valid
Y3	0,728	0,195	Valid
Y4	0,788	0,195	Valid

Dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwa semua item atau butir pertanyaan dari variabel Y (minat nasabah menggunakan *mobile banking*) dinyatakan valid karena nilai r_{hitung} dari semua item lebih besar dari pada nilai r_{tabel} .

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini dapat dilakukan setelah kuisioner penelitian telah dinyatakan valid berdasarkan hasil uji validitas, setelah itu pada uji reliabilitas ini dilakukan untuk melihat konsistensi responden dalam menjawab hal-hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk dari item pertanyaan dalam suatu variabel pada kuisioner penelitian.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha hitung	Alpha cronbach's	Keterangan
Persepsi manfaat	0,783	0,60	Reliabel
Kepercayaan	0,663	0,60	Reliabel
Kualitas layanan	0,693	0,60	Reliabel
Minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i>	0,705	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas dapat diambil kesimpulan dari hasil uji reliabilitas bahwa nilai *cronbach's alpha* dari variabel X1 (persepsi manfaat), variabel X2 (kepercayaan), variabel X3 (kualitas layanan) dan variabel Y (minat nasabah menggunakan *mobile banking*) dinyatakan semua variabel reliabel hal ini dibuktikan dengan nilai yang dihasilkan pada uji reliabilitas lebih dari 0,60.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Pada uji normalitas penelitian ini metode yang digunakan yaitu menggunakan metode uji *one sample kolmogorov smirnov*, dilakukannya uji normalitas dengan alasan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dimiliki terdistribusi secara normal atau tidak. Untuk mengetahui nilai residual terdistribusi normal atau tidak dengan melihat nilai signifikannya, apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan terdistribusi normal namun, jika nilai signifikan kurang dari 0,05 maka artinya tidak terdistribusi dengan normal. Dalam melakukan uji normalitas peneliti menggunakan IBM SPSS statistics 21. Berikut hasil dari uji normalitas data menggunakan metode uji *kolmogorov smirnov*.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.77725300
	Absolute	.064
Most Extreme Differences	Positive	.039
	Negative	-.064
Kolmogorov-Smirnov Z		.643
Asymp. Sig. (2-tailed)		.803

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikan pada uji normalitas data yang dihasilkan yaitu sebesar 0,803 itu artinya nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka kesimpulannya bahwa data yang telah di uji terdistribusi dengan normal.

4.5.2 Uji Multikolinieritas

Pada penelitian ini dilakukan uji multikolinieritas dengan tujuan untuk mengetahui apakah adanya korelasi antara variabel independen, jika terdapat masalah multikolinieritas artinya dapat dikatakan adanya korelasi antara variabel independen. Karena model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen atau adanya masalah multikolinieritas. Cara mengetahui apakah terjadi masalah atau gejala multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai VIF dan *tolerance*, apabila nilai VIF lebih kecil atau kurang dari 10,00 artinya tidak terdapat masalah multikolinieritas sebaliknya jika lebih dari 10,00 maka terdapat masalah multikolinieritas, kemudian

jika nilai *tolerance* lebih dari 0,10 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas dan jika kurang dari 0,10 artinya terdapat masalah multikolinieritas.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1							
(Constant)	3.525	2.515		1.402	.164		
Persepsi manfaat	.271	.083	.300	3.260	.002	.906	1.104
Kepercayaan	.102	.101	.089	1.008	.316	.981	1.020
Kualitas layanan	.265	.077	.315	3.449	.001	.919	1.089

a. Dependent Variable: Minat nasabah menggunakan mobile banking

Berdasarkan dari hasil tabel uji multikolinieritas di atas bahwa pada nilai VIF yang terdapat pada variabel X1 (persepsi manfaat) sebesar 1,104, variabel X2 (kepercayaan) sebesar 1,020 dan variabel X3 (kualitas layanan) sebesar 1,089 jika dilihat dari nilai VIF dari variabel persepsi manfaat, kepercayaan dan kualitas layanan maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah multikolinieritas karena nilai VIF yang dimiliki kurang dari 10,00. Selain itu, dilihat dari nilai *tolerance* dari variabel X1 (persepsi manfaat) yaitu sebesar 0,906, variabel X2 (kepercayaan) sebesar 0,981 dan variabel X3 (kualitas layanan) sebesar 0,919 artinya dari semua variabel X1, X2 dan X3 tidak terjadi masalah multikolinieritas hal tersebut dibuktikan karena nilai *tolerance* nya lebih dari 0,10.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat perbedaan atau ketidaksamaan dari residual dari pengamatan ke pengamatan lain. Karena model regresi yang dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi gejala masalah heteroskedastisitas. Untuk mengetahuinya ada beberapa metode dalam uji heteroskedastisitas salah satu metode yang paling akurat yaitu dengan uji *glesjer*, cara menentukan hasil uji heteroskedastisitas pada metode uji *glesjer* yaitu apabila nilai signifikansi (sig) variabel independen (X) lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas sebaliknya, jika nilainya kurang dari 0,05 maka terjadi masalah heteroskedastisitas. Berikut ini adalah tabel hasil uji heteroskedastisitas dengan metode uji *glesjer*.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.995	1.509	1.984	.050
	X1	-.083	.050	-.174	.100
	X2	-.063	.061	-.105	.300
	X3	.036	.046	.082	.433

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan dari tabel hasil uji heteroskedastisitas di atas yang menggunakan metode uji *glesjer*, dilihat dari nilai signifikansi bahwa dari variabel X1 (persepsi manfaat) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,100, variabel X2 (kepercayaan) sebesar 0,300 dan variabel X3 (kualitas layanan) sebesar 0,433. Dengan dasar pengambilan keputusan pada uji *glesjer* apabila nilai signifikansi nya lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak memiliki masalah atau gejala heteroskedastisitas, karena nilainya yang lebih dari 0,05.

4.6 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui dan mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, analisis regresi yang digunakan pada penelitian ini yaitu Analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda merupakan uji analisis regresi yang digunakan untuk menguji sebuah penelitian yang memiliki dua atau lebih variabel independen atau digunakan untuk mengukur dan mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini adalah tabel uji analisis regresi linier berganda.

Tabel 4. 17 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.525	2.515	1.402	.164
	Persepsi manfaat (X1)	.271	.083	3.260	.002
	Kepercayaan (X2)	.102	.101	1.008	.316
	Kualitas layanan (X3)	.265	.077	3.449	.001

a. Dependent Variable: Minat nasabah menggunakan mobile banking (Y)

Berdasarkan dari hasil pengujian tabel di atas bahwa didapatkan nilai konstanta yaitu sebesar 3,525 itu artinya bahwa variabel persepsi manfaat (X1), kepercayaan (X2) dan kualitas layanan (X3) memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking ditengah pandemi covid-19 (Y) sebesar 3,525. Dengan nilai koefisien regresi pada variabel persepsi manfaat (X1) sebesar 0,271, kepercayaan (X2) sebesar 0,102 dan kualitas layanan (X3) yaitu sebesar 0,265. Kemudian berdasarkan tabel di atas maka diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut :

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

$$Y = (3,525) + 0,271X_1 + 0,102X_2 + 0,265X_3 + e$$

Diketahui:

Y : variabel dependen

a : konstanta

b_1X_1 : koefisien regresi dari variabel persepsi manfaat (X1)

b_2X_2 : koefisien regresi dari variabel kepercayaan (X2)

b_3X_3 : koefisien regresi dari variabel kualitas layanan (X3)

e : error

Dari persamaan regresi diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Apabila tidak atau sebelum dipengaruhi oleh variabel persepsi manfaat, kepercayaan dan kualitas layanan maka minat nasabah menggunakan *mobile banking* yaitu bernilai positif dengan nilai konstanta 3,525.
- b. Nilai koefisien variabel persepsi manfaat (X1) sebesar 0,271 artinya bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 dengan begitu apabila semakin persepsi manfaat meningkat maka semakin meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19.
- c. Nilai koefisien pada variabel kepercayaan (X2) yaitu sebesar 0,102, dengan koefisien yang bernilai positif artinya variabel kepercayaan (X2) berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid 19 maka kesimpulannya jika semakin tinggi tingkat kepercayaan maka semakin tinggi juga minat nasabah.
- d. Nilai koefisien variabel kualitas layanan (X3) sebesar 0,265 hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X3) berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid 19 dengan itu artinya apabila semakin meningkatnya kualitas

layanan maka semakin meningkat juga minat nasabah menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19.

4.7 Uji Statistik

Pada uji statistik pada penelitian ini penulis menggunakan uji t, uji F dan uji koefisien determinasi (R^2)

4.7.1 Uji Signifikansi Parsial (uji t)

Uji t ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Berikut dibawah ini merupakan tabel pada hasil uji t.

Tabel 4. 18 Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.525	2.515		1.402	.164
1 Persepsi manfaat (X1)	.271	.083	.300	3.260	.002
Kepercayaan (X2)	.102	.101	.089	1.008	.316
Kualitas layanan (X3)	.265	.077	.315	3.449	.001

a. Dependent Variable: Minat nasabah menggunakan mobile banking (Y)

Berdasarkan dari hasil uji t pada tabel di atas dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut :

- Hipotesis pertama pada penelitian ini yaitu persepsi manfaat (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid 19. Berdasarkan pada hasil uji t pada tabel di atas bahwa pada variabel persepsi manfaat diperoleh t_{hitung} sebesar 3,260 kemudian pada nilai t_{tabel} dengan distribusi 5% (0,05) yaitu sebesar 1,661. Dengan begitu nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} ($3,260 > 1,661$) itu artinya bahwa ada kemungkinan H1 diterima, hal tersebut diperkuat dengan hasil signifikansi yaitu sebesar 0,002 yang artinya kurang dari 0,05 ($0,002 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19. Dengan begitu artinya H1 diterima. Hal tersebut disebabkan adanya manfaat atau keuntungan yang didapatkan nasabah saat menggunakan *mobile banking* seperti menghemat waktu, praktis dapat digunakan untuk transaksi kapan saja dan dimana saja, apalagi ditengah situasi pandemi covid-19

sehingga dapat membatasi aktifitas nasabah untuk keluar rumah agar terhindar dari penularan virus covid-19. Dengan adanya manfaat yang di dapatkan saat menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19, menjadikan nasabah BSI KCP Demak tertarik untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19.

- Hipotesis kedua adalah kepercayaan (X2) secara parsial tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19. Pada hasil uji t di atas diperoleh nilai t_{hitung} pada variabel kepercayaan (X2) sebesar 1,008 dan diketahui pada nilai t_{tabel} dengan distribusi 5% (0,05) sebesar 1,661 yang artinya nilai t_{hitung} lebih kecil dari pada nilai t_{tabel} ($1,008 < 1,661$) maka kemungkinan H2 ditolak, hal tersebut diperkuat dari nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,316 itu artinya lebih dari nilai 0,05 ($0,316 > 0,05$) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk variabel kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* ditengah pandemi covid-19. Maka artinya H2 ditolak. Hal tersebut disebabkan sering terjadinya *maintenance* dan gangguan atau *trouble* pada jaringan *mobile banking* BSI sehingga mengurangi kepercayaan bahkan hilangnya kepercayaan pada nasabah BSI KCP Demak terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
- Hipotesis ketiga yaitu kualitas layanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid- 19. Dari hasil uji t pada tabel di atas bahwa nilai t_{hitung} pada variabel kualitas layanan (X3) yaitu sebesar 3,449 kemudian untuk nilai t_{tabel} pada ditribusi 5% (0,05) yaitu sebesar 1,661 dengan begitu artinya nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} ($3,449 > 1,661$) maka diperoleh kemungkinan H3 diterima, hal itu diperkuat dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 artinya nilai signifikan variabel kualitas layanan lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) maka diperoleh kesimpulan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19. Maka artinya H3 diterima. Hal tersebut disebabkan karena fitur-fitur dan layanan transaksi perbankan yang dimiliki lengkap seperti layanan pembayaran, transfer dan lain-lainnya, selain itu *mobile banking* BSI juga memiliki layanan dan fitur-fitur keislaman seperti juz amma, fitur berbagi yang meliputi pembayaran infaq, wakaf, zakat, serta ada waktu sholat,dan lain-lainnya sehingga menarik minat nasabah BSI KCP Demak untuk menggunakan *mobile banking*.

4.7.2 Uji Signifikansi Simultan (uji F)

Pada penelitian ini uji F dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara bersama-sama atau simultan. Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji F yaitu apabila nilai signifikan kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan variabel independen (X) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Y) dan sebaliknya. Berikut di bawah ini tabel hasil uji F :

Tabel 4. 19 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	111.296	3	37.099	11.389	.000 ^b
Residual	312.704	96	3.257		
Total	424.000	99			

a. Dependent Variable: Minat nasabah menggunakan mobile banking (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas layanan (X3), Kepercayaan (X2), Persepsi manfaat (X1)

Berdasarkan dari hasil uji F di atas diketahui bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar 11,389 kemudian untuk nilai F_{tabel} berdasarkan pada distribusi 5% (0,05) sebesar 2,70 untuk itu maka artinya nilai F_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari pada F_{tabel} ($11,389 > 2,70$) kemudian untuk nilai signifikan yaitu 0,000, dengan nilai sig yang kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (persepsi manfaat, kepercayaan dan kualitas layanan) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada bank syariah.

4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa banyak atau seberapa besar kontribusi variabel persepsi manfaat, kepercayaan dan kualitas layanan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19. Berikut di bawah ini adalah tabel hasil uji koefisien determinasi.

Tabel 4. 20 Hasil Uji R²

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.512 ^a	.262	.239	1.805	1.768

a. Predictors: (Constant), Kualitas layanan (X3), Kepercayaan (X2), Persepsi manfaat (X1)

b. Dependent Variable: Minat nasabah menggunakan mobile banking (Y)

Berdasarkan pada hasil uji koefisien determinasi (adjusted R square) bahwa dari tabel di atas diperoleh nilai sebesar 0,239 maka artinya 23,9% dari hasil tersebut di dapatkan kesimpulan bahwa pengaruh dari variabel persepsi manfaat, kepercayaan dan kualitas layanan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 yaitu secara simultan atau bersama-sama sebesar 23,9% sedangkan untuk sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang mana tidak penulis teliti dalam penelitian ini.

4.8 Pembahasan Hasil Analisis Data

4.8.1 Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada Bank Syariah (studi kasus pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Demak).

Persepsi manfaat merupakan sebuah anggapan atau pemikiran bahwa ketika menggunakan sebuah teknologi informasi tertentu maka teknologi informasi tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dan memberikan keuntungan serta manfaat bagi penggunaannya. Dari hasil uji t atau secara parsial pada variabel persepsi manfaat (X1) berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} yaitu sebesar 3,260 itu artinya nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yang sebesar 1,661 ($3,260 > 1,661$) dan memiliki nilai signifikansinya sebesar 0,002 yang mana lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$). Artinya variabel persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan dan mempunyai pengaruh yang bersifat positif yaitu semakin tinggi persepsi manfaat maka semakin tinggi juga minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 di Bank Syariah KCP Demak. Hasil dari penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu yaitu pada penelitian Bening Roosma (2017) yaitu bahwa persepsi kemudahan, kenyamanan, kepercayaan dan manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.¹¹⁰

Berdasarkan dari hasil penelitian bahwa persepsi manfaat mempengaruhi minat nasabah untuk *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada bank syariah sehingga artinya H1 diterima. Hal

¹¹⁰ Bening Roosma Murti, pengaruh ,... h. 91.

tersebut disebabkan adanya manfaat atau keuntungan yang didapatkan nasabah saat menggunakan *mobile banking* seperti menghemat waktu, praktis dapat digunakan untuk transaksi kapan saja dan dimana saja, apalagi ditengah wabah pandemi covid-19 sehingga dapat membatasi aktifitas nasabah untuk keluar rumah agar terhindar dari penularan virus covid-19. Dengan adanya manfaat yang di dapatkan saat menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19, menjadikan nasabah BSI KCP Demak tertarik untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19.

4.8.2 Pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada Bank Syariah (studi kasus pada nasabah di Bank Sariah Indonesia KCP Demak).

Kepercayaan yaitu sebuah penilaian seseorang terhadap orang lain dalam menjalin hubungan atau patner dalam bertransaksi dengan harapan bertindak sesuai dengan harapan. Berdasarkan dari hasil uji t atau secara parsial pada variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,008 yang mana lebih kecil dari nilai t_{tabel} ($1,008 < 1,661$) dan dengan nilai signifikan yang diperoleh sebesar 0,316 artinya nilainya lebih besar dari 0,05 ($0,316 > 0,05$). Berarti variabel kepercayaan (X2) tidak mempunyai pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada Bank Syariah Indonesia KCP Demak.

Hasil dari penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu yaitu pada penelitian Ahmad Yudin (2021) yaitu variabel manfaat dan kemudahan secara parsial berpengaruh secara signifikan dan positif namun, untuk variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.¹¹¹ Dengan begitu Artinya kepercayaan tidak mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19. Hal tersebut disebabkan sering terjadinya *maintenance* dan gangguan atau *trouble* pada jaringan *mobile banking* BSI sehingga mengurangi kepercayaan bahkan hilangnya kepercayaan pada nasabah BSI KCP Demak terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

4.8.3 Pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada Bank Syariah (studi kasus pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Demak).

Kualitas layanan adalah sebuah kemampuan untuk memberikan pelayanan terhadap pelanggan atau nasabah dengan memberikan segala fasilitas yang sesuai kebutuhannya. Dari hasil uji t atau secara parsial pada variabel kualitas layanan (X3) mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 kaarena nilai t_{hitung} yang sebesar 3,449 kemudian untuk nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,661 maka artinya nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai

¹¹¹ Ahmad Yudin, pengaruh ,... h. 78.

t_{tabel} (3,449 > 1,661) kemudian pada nilai signifikansinya sebesar 0,001 yang mana artinya lebih kecil dari 0,05 (0,001 < 0,05) dengan begitu diperoleh kesimpulan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 dan pengaruh yang berikan variabel kualitas layanan ini bersifat positif artinya semakin tinggi kualitas layanan maka semakin tinggi juga minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak.

Hasil penelitian ini selaras dan konsisten dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmatika Mahmudah yaitu bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.¹¹² Hal tersebut disebabkan karena fitur-fitur dan layanan transaksi perbankan yang dimiliki lengkap seperti layanan pembayaran, transfer dan lain-lainnya, selain itu *mobile banking* BSI juga memiliki layanan dan fitur-fitur keislaman seperti juz amma, fitur berbagi yang meliputi pembayaran infaq, wakaf, zakat, serta ada waktu sholat dan lain-lainnya sehingga menarik minat nasabah BSI KCP Demak untuk menggunakan *mobile banking*.

¹¹² Rahmatika Mahmudah, Pengaruh ,... h. 74.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian yang telah penulis lakukan yaitu penelitian tentang pengaruh persepsi manfaat, kepercayaan dan kualitas layanan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada bank syariah, yang mana yang menjadi objek penelitian yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak. Dari proses pengumpulan, pengolahan data dan melewati beberapa uji kemudian diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa secara parsial variabel persepsi manfaat (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid 19 pada bank syariah. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan hasil bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,260 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,661 artinya nilai t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($3,260 > 1,661$) dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ maka kesimpulannya bahwa persepsi manfaat mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 di BSI KCP Demak.
2. Dari hasil penelitian bahwa secara parsial variabel kepercayaan (X2) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid 19 pada bank syariah. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan hasil bahwa nilai t_{hitung} sebesar 1,008 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,661 artinya nilai t hitung lebih kecil dari pada t tabel ($1,008 < 1,661$) dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,316 > 0,05$ maka artinya kepercayaan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada nasabah BSI KCP Demak
3. Dari hasil penelitian secara parsial variabel kualitas layanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid 19 pada bank syariah. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan hasil bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,449 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,661 artinya nilai t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($3,449 > 1,661$) dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ maka artinya kualitas layanan mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada BSI KCP Demak.
4. Variabel persepsi manfaat, kepercayaan dan kualitas layanan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 pada bank syariah dengan studi kasus BSI KCP Demak hal tersebut dibuktikan dari hasil uji F yang mana F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($11,389 > 2,70$) dengan nilai signifikansinya 0,000 yang mana

kurang dari 0,05 dan dengan nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,239 artinya kontribusi pengaruh sebesar 23,9% dan sisanya 76,1% dipengaruhi variabel lainnya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian, maka peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi peneliti lainnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian tentang minat menggunakan *mobile banking* diharapkan untuk memperhatikan faktor-faktor atau variabel lain yang lebih mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking* dan memberikan manfaat untuk dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi serta dapat dikembangkan lebih lanjut.

2. Bagi nasabah Bank Syariah Indonesia

Bagi nasabah untuk tetap berhati-hati dalam melakukan transaksi dan menjaga kerahasiaan *password* atau pin *mobile banking* karena tidak semua menjadi tanggung jawab pihak bank.

3. Bank Syariah Indonesia KCP Demak

Bagi pihak bank, penulis berharap kepada pihak BSI untuk dapat lebih meningkatkan jaringan atau server *mobile banking* agar tidak sering terjadi eror dengan begitu nasabah dapat dengan nyaman melakukan transaksi menggunakan layanan *mobile banking* BSI sehingga dapat menambah minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, Jakarta : Prestasi Pustaka Publisher, 2009.

Algifari, *Statistika Deskriptif plus untuk ekonomi dan bisnis*, Yogyakarta : UPPSTIMYKPN, 2010,

Ce Gunawan, *mahir menguasai SPSS*, Yogyakarta:CV Budi Utama, 2020.

Echo Perdana, *olah data skripsi dengan SPSS 22*, Bangkal Belitung : Lab kom manajemen fe ubb, 2016.

Edy supriyadi, *SPSS + Amos*, Jakarta : IN MEDIA, 2014.

Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, Jakarta : RajaGrafindo Persada,2016.

Muhammad syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta : Gemainsani, 2001,

Riduwan, *Dasar-dasar statistika*, bandung : Alfabeta, 2018.

Saleh, Adnan Achirudin, *pengantar psikologi*, Makasar : Aksara timur, 2018.

Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2020.

Sugiyono, *metode penilitian kuantitatif kualitatif*, Bandung : alfabeta, 2020.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, Bandung : alfabeta, 2016.

Sumber Jurnal

Abdul Yusuf dkk, “pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan konsumen ovo”, *jurnal manajemen*, vol 11, no. 1, 2021.

Abi Fadlan, Rizki Yudhi Dewantara, “pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap penggunaan *mobile banking* (studi pada mahasiswa pengguna *mobile banking* Universitas Brawijaya)”, *JAB*, vol. 62, no. 1, September 2018.

Achmad Fandi, “pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* pt bank syariah mandiri Surabaya”, *jurnal ekonomi islam*, vol. 2, no. 3, 2019.

Ahmad Darussalam Tajang, dkk, “konsep etika bisnis islami dalam kitab Shahih Bukhori dan Muslim”, *jurnal ilmiah ekonomi islam*, vol. 6, no. 2, 2020.

Amatun Nur Makmuriyah, Kartika Marella Vanni, “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*”, *Eduka*, vol. 5, no. 1, 2020.

- Andhika Bayu Pratama, dkk, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik”, *E-jurnal akutansi Universitas udayana*, vol. 27, no. 2, 2019.
- Angga hidayat, prima sadewa, “pengaruh penggunaan aplikasi Eviews terhadap sikap belajar dan kemampuan pemecahan masalah statistik”, *Edumaspul*, vol. 4, no. 1, 2020.
- Annisa fitri iriani, “minat nasabah dalam penggunaan mobile banking pada nasabah bank syariah mandiri kota pallopo”, *Dinamis*, vol. 2, no. 2, oktober 2018.
- Arpizal, “the influence of price, service quality, trust on consumer satisfaction in the Islamic economy perfection in online business”, *FINEST jurnal riset dan pengembangan ekonomi islam*, vol. 5, no. 1, 2021.
- Ardia Yudri Kurniaputa, dkk, “ pengaruh persepsi kemudahan, resiko dan manfaat terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* BRI”, *journal of business and banking*, vol. 8, no. 1, 2018.
- Musa, Armiadi, “kepemilikan dan penguasaan manfaat dalam perspektif fuqaha”, *jurbal dusturiah*, vol. 8, no. 1, juni 2018.
- Asri cahya mandiri dkk, “pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *bri mobile (brimo)*”, *account*, vol. 8, no. 1, 2021.
- Ayu asari, “pengembangan ekowisata bahari berbasis masyarakat di desa baho, kecamatan likupang barat, kabupaten minahasa utara”, *jurnal ilmiah platax*, vol. 6, no. 1, januari 2018.
- Azhar Lujjatul Widad, dkk, “manajemen pelayanan perspektif Al-Qur’an dan Hadits”, *MIYAH*, vol. 16, no. 2, agustus 2020.
- Bening Roosma Murti, “pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, kualitas layanan, dan *word of mouth* terhadap minat penggunaan *mobile banking* (studi kasus nasabah BRI syariah kc Semarang)”, Skripsi, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2017.
- Charrisa Kezia Rahmawati, dkk, “analisis deskriptif pada dimensi kualitas layanan mobile banking (m-banking) terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah”, *jurnal ekonomi syariah teori dan terapan*, vol. 7, no. 6, juni 2020.
- Dedy mainata, “Analytical tools dan SWOT analysis pengguna M-banking perbankan syariah di indonesia”, *Al-tijary*, vol. 3, no. 2, juni 2018.

- Dwi Mutiara Sari, dkk, “Manfaat dan risiko penggunaan layanan perbankan melalui aplikasi *mobile banking*”, *AL-INFAQ*, vol. 12, no. 2, 2021.
- Dwi yunita indah, dkk “analisis keputusan nasabah menggunakan transaksi non tunai di era pandemi covid-19 (studi kasus pada bank BRI unit sale kabupaten Rembang)”, *jurnal infokam*, vol. XVI, no. 2, September 2020.
- Fitrianisa, dkk, “peran *public relations*, kepercayaan, dan persepsi kemudahan dalam mendorong minat bertransaksi menggunakan *mobile banking* (studi kasus pengguna *mobile banking* BNI syariah di kota Depok)”, *Account*, vol. 7, no. 1, 2020.
- Fransiskus korosando, ludvina vince, “Pengaruh Sosialisasi Layanan *Mobile Banking* dan Persepsi Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank NTT Cabang Ende”, *PRIMA MAGISTRA: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, vol 1, no.1, April 2020.
- Hamdiah, dkk, “strategi peningkatan minat nasabah dalam penggunaan internet mobile banking (studi kasus pada bank syariah mandiri di lhokseumawe)”, *jurnal visioner & strategis*, vol. 10, no. 1, maret 2021.
- Hani tahliani, “Tantangan perbankan syariah dalam menghadapi pandemi covid-19”, *madani syariah*, vol. 3, no. 2, agustus 2020.
- Ilham akhsanu ridlo, “pandemic covid-19 dan tantangan kebijakan mental di Indonesia”, *Insan*, vol. 5, no. 2 2020.
- Imran, bambang hendrawan, “ pengaruh persepsi masyarakat batam tentang bank syariah terhadap menggunakan produk bank syariah", *journal of business administration*, vol. 1, no. 2, September 2017.
- Ismi Apriyanti, “pengaruh kemudahan penggunaan *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif masyarakat kota bekasi di masa pandemi covid-19”, Skripsi, Banten:UIN Sultan Maulana Hasanuddin, 2021.
- Isnaini Hidayatun Muharromah, dkk, “desain aplikasi akuntansi pada Izismu Lamongan”, *jurnal akuntansi Indonesia*, vol. 10, no. 2, juli 2021.
- Ivone Vradia Amora, dkk, “analysis of electronic channel service quality on customer satisfaction of bank syariah indonesia (bsi) during the covid-19 pandemic”, *Al arbah*, vol. 3, no. 2, 2021.

- Jhon fernos dkk, “Pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada PT. Bank pembangunan daerah sumatera barat cabang koto baru, dharmasraya”, *jurnal manajemen universitas bung hatta*, vol. 16, no. 2, juli 2021.
- Kharismatul Khasanah dkk, “edukasi dan evaluasi tingkat pengetahuan warga sekitar masjid di daerah pekalongan barat mengenai penggunaan handsinitizer guna pencegahan covid-19”, *ABDIMAS*, vol. 2, no. 1, januari 2021.
- Livinsi Lieny, dkk, “pengaruh persepsi kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan terhadap niat dalam menggunakan *mobile banking* di BCA Pangkalpinang”, *jurnal akutansi bisnis dan keuangan*, vol. 8, no. 2, November 2021.
- Livinsi Lieny, dkk, “pengaruh persepsi kemudahan, kenyamanan Dan kepercayaan terhadap niat dalam Menggunakan *mobile banking* di bca Pangkalpinang”, *jurnal akutansi bisnis dan keuangan*, vol. 8, no. 2, November 2021. h. 62.
- Margaretha Oktavia Pranoto, dkk, “analisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan keamanan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* (studi kasus pada PT. BankRakyatIndonesia (persero) tbk kantor cabang semarang pandanaran)”, *keunis majalah ilmiah*, vol. 8, no. 1, januari 2020.
- Mario Ledesman, “pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* (studi pada bsm cabang bandar jaya)”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan:Lampung, 2018.
- Miftahuddin, decky hendarsyah, “Analisis perbandingan fasilitas aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Mandiri Kcp bengkalis dengan Bank Mandiri Kc bengkalis”, *IQTISHADUNA*, vol. 8, no. 2, juni 2019.
- Moch halim sukur dkk, “penanganan pelayanan kesehatan di masa pandemi covid-19 dalam perspektif hukum kesehatan”, *journal inicio legis*, vol. 1, no. 1, oktober 2020.
- Mohamad saparudin dkk, ” Exploring the Role of Trust in Mobile-Banking Use by Indonesian Customer Using Unified Theory of Acceptance and Usage Technology”, *International Journal of Financial Research*, vol. 11, no.2, 2020.
- Muhammad Ammyl Gustiany, Arjuna Wiwaha, “pengaruh persepsi manfaat dan persepsi resiko terhadap keputusan penggunaan kartu kredit Bank BCA”, *WIDYA Ekonomika*, vol, 2, no. 2, November 2020.

- Muhammad Toriq Firmansyah, dkk, “implementasi perluasan jaringan internet melalui kombinasi jaringan wireless dan kabel (studi kasus di dusun Margosari, Kendal)”, *jurnal cakrawala informasi*, vol. 1, no. 2, 2021.
- Muhammad Ibnu Rasyid, dkk, “pengaruh e-servqual dan kepuasan pengguna *mobile banking (m-banking)* Terhadap loyalitas nasabah pada bank bca di Bandung”, *e-proceeding of management*, vol. 6, no. 3, 2019.
- Mukhtisar, dkk, “pengaruh efisiensi, keamanan dan kemudahan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking* (studi pada nasabah bank syariah mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)”, *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, vol. 3, no. 1, 2020.
- Novitasari Putri Wulandari dkk, “Analisis faktor penggunaan layanan *mobile banking*”, *bisnis dan iptek*, vol. 10, no. 2, oktober 2017.
- Nur Aini Fitriya Ardian Aniqoh, “The role of digital economy enhancing sustainable economic development”, *international journal of social science and business*, vol. 4, no. 4, 2020.
- Nurbaiti, Supaino, Diena fadhilah, “pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat pesantren di bank syariah”, *jurnal bilal*, vol. 1, no. 2, desember 2020.
- Nurudin dkk, “pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *mobile banking* di Bank Mega Syariah cabang Palu”, *jurnal ilmu perbankan dan keuangan syariah*, vol. 3, no. 1, 2021.
- Rahmatika Mahmudah, “Pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, kualitas layanan, dan *word of mouth* terhadap minat penggunaan *mobile banking* (studi kasus nasabah BRI syariah kc Semarang)”, Skripsi, Salatiga:IAIN Salatiga, 2021.
- Rahmawati, dkk, “*mobile banking*: analisa penggunaan pada nasabah Pt. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe: Pendekatan *technology acceptance Model* (tam) ”, *IHTIYATH*, vol. 3, no. 2, September 2019.
- Rezky Arianty Akob, dkk, “ Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar”, *jurnal maksipreneur*, vol. 11, no. 2, 2022.

- Rika mawarni, Muhammad Iqbal fasa, Suharto, “optimalisasi kinerja digital banking di masa pandemic covid 19”, *jurnal manajemen bisnis*, vol. 34, no. 1, juni 2021.
- Sandi hesti sondak, Rita N. Taroreh, Yantje Uhing, “Faktor-faktor loyalitas pegawai di dinas pendidikan daerah provinsi sulawesi utara”, *EMBA*, vol. 7, no. 1, januari 2019.
- Sumadi, “menakar dampak pandemi covid 19 terhadap perbankan syariah”, *jurnal hukum ekonomi syariah*, vol. 3 no. 2, oktober 2020.
- Taufiq, “memakan harta secara bathil (perspektif surat An-Nisa : 29 dan At-Taubah : 34)”, *jurnal ilmiah syari'ah*, vol. 17, no. 2, juli-desember 2018.
- Vany Yuni Astuti, “Pengaruh persepsi kemudahan dan manfaat terhadap minat menggunakan mobile banking)studi kasus desa Sukobubuk Kecamatan Margorejo Kabupaten Pati)”, skripsi, Semarang:UIN Walisongo, 2019.
- Vina Pandu Winata, dkk, “analisis kemudahan penggunaan, efisiensi dan keamanan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan bsm mobile banking pada bank syariah mandiri kantor cabang payakumbuh”, *ekonomika syariah*, vol. 2, no. 2, juli 2018.
- Yohanes setyowidodo dkk, “The Effect of E-Service Quality Dimensions on BCA Mobile User Satisfaction at PT. Bank Central Asia, Tbk KCU Palembang”, *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, vol. 8, no. 4, juli 2021.
- Yulia Widi Astuti, dkk, “Pengaruh kualitas layanan, nilai nasabah, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *mobile banking syariah*”, *jurnal sains pemasaran Indonesia*, vol. 19, no. 3, desember 2020
- Yuliana, “Corona virus disease (covid-19);sebuah tinjauan literature”, *Wellness and healthy magazine*, vol. 2, no. 1, februari 2020.
- Zaida Rizki Zainul, dkk, “Pengaruh Teknologi Informasi, Kualitas Pelayanan, dan Motif Religius Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Di Banda Aceh”, *BISNIS*, vol. 8, no. 1, juni 2020.

Sumber Lainnya

“<https://corona.demakkab.go.id/>” diakses 28 Desember 2021.

“<https://ir.bankbsi.co.id/milestones.html>” di akses pada tanggal 26 Mei 2022.

“<https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>” di akses pada tanggal 18 April 2022

Bank syariah Indonesia, “9M 2021 Result PT Bank Syariah Indonesia”, Jakarta, 2021.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

A. Pengantar

Perkenalkan nama saya Ade Setiawan mahasiswa semester akhir jurusan S-1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir atau skripsi.

Adapun dalam penelitian ini berjudul **“PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH UNTUK MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DI TENGAH PANDEMI COVID-19 PADA BANK SYARIAH (Studi kasus pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Demak)”**. Atas perhatian dan waktunya saya ucapkan terima kasih.

B. Biodata Responden (isi dengan cek list “√”)

Nama lengkap :
Jenis kelamin : ☐ laki-laki ☐ perempuan
Usia :
Pendidikan terakhir : ☐ SD/MI ☐ SMP/SLTP ☐ SMA/SLTA
☐ Diploma I/II/III ☐ S-1/Strata ☐ S-2/Strata 2
☐ S-3/Strata 3 ☐ Lainnya
Pekerjaan : ☐ Karyawan/i ☐ Wiraswasta ☐ Mahasiswa/i
☐ Lainnya.

C. Keterangan pilihan :

SS : Sangat setuju
S : Setuju
R : Ragu-ragu
TS : Tidak setuju
STS : Sangat tidak setuju

D. Dimohon mengisi semua pernyataan yang ada dibawah ini :

Persepsi manfaat (X1)

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1.	Saya merasa saat menggunakan layanan <i>M-banking</i> dapat mempercepat waktu transaksi perbankan di tengah pandemi covid-19.					
2.	Saya merasa sistem layanan <i>M-banking</i> dapat meningkatkan keefektifan dalam pekerjaan saya di tengah pandemi covid-19.					
3.	Saya merasa saat menggunakan layanan <i>M-banking</i> dapat meningkatkan produktifitas pekerjaan saya di tengah pandemi covid-19.					
4.	Saya merasa layanan <i>M-banking</i> sangat memberikan manfaat di tengah pandemi covid-19					

Persepsi kepercayaan (X2)

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1.	Pihak bank penyedia layanan <i>M-banking</i> memberikan fasilitas dan layanan sesuai dengan apa yang dijanjikan kepada nasabah.					
2.	Pihak bank penyedia layanan <i>M-banking</i> memberikan solusi dan merespon dengan cepat terhadap keluhan dan kendala terhadap layanan <i>M-banking</i> .					
3.	Pihak bank penyedia layanan <i>M-banking</i> jujur dan dapat dipercaya dalam menjalankan mekanisme operasional transaksi <i>M-banking</i> .					
4.	Saya percaya dan tidak khawatir menggunakan layanan <i>M-banking</i> karena keamanan datanya terjamin.					

Persepsi kualitas layanan (X3)

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1.	Tampilan aplikasi <i>M-banking</i> didesain sangat jelas, menarik dan informatif.					
2.	Layanan <i>M-banking</i> memiliki teknologi yang canggih dan lebih modern.					
3.	Pihak bank penyedia layanan <i>M-banking</i> memberikan pelayanan sangat baik dan pasti.					
4.	Pihak bank penyedia layanan <i>M-banking</i> sangat cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan.					
5.	Semua data yang diproses dalam layanan <i>M-banking</i> dijamin kemanannya dan kerahasiaan data nasabah dengan baik.					
6.	Pihak bank penyedia layanan <i>M-banking</i> dapat dipercaya dan tidak akan menyalahgunakan data nasabah.					

Minat menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid-19 (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1.	Saya tertarik untuk menggunakan layanan <i>M-banking</i> ditengah pandemi covid-19 karena dapat mempermudah dan memberikan manfaat dalam transaksi perbankan.					
2.	Saya sering menceritakan pengalaman menggunakan <i>M-banking</i> kepada orang lain.					
3.	Saya mencari informasi tentang <i>M-banking</i> melalui bank dan mengakses melalui internet.					
4.	Saya tertarik untuk menggunakan layanan <i>M-banking</i> dengan tujuan supaya terhindar dari penyebaran virus covid-19.					

Lampiran 2 Karakteristik Responden

No.	Jenis kelamin	Usia	Pendidkan Terakhir	Pekerjaan
1	2	22	4	1
2	1	26	3	1
3	2	35	5	1
4	1	28	5	1
5	2	22	4	1
6	2	22	3	3
7	2	26	5	2
8	2	27	3	2
9	1	25	3	1
10	1	22	3	3
11	2	21	3	3
12	2	26	3	2
13	1	27	3	1
14	1	22	2	2
15	2	23	5	1
16	2	27	5	1
17	2	18	3	2
18	2	21	3	3
19	2	21	3	3
20	2	27	5	1
21	1	25	5	1
22	2	24	4	1
23	1	28	3	1
24	1	28	5	1
25	1	22	3	3
26	2	23	4	3
27	1	33	5	3

28	2	19	3	3
29	1	26	3	2
30	1	22	3	1
31	2	38	5	2
32	1	27	5	1
33	1	31	5	1
34	1	34	5	1
35	1	25	3	1
36	1	21	3	1
37	1	26	3	2
38	2	32	2	2
39	1	24	3	1
40	2	36	2	2
41	1	25	5	1
42	2	20	3	3
43	1	28	5	1
44	1	32	2	2
45	1	22	3	3
46	2	31	4	2
47	2	25	3	1
48	1	23	3	1
49	2	22	3	3
50	1	35	3	1
51	1	26	3	1
52	1	27	3	1
53	2	22	3	3
54	2	24	3	1
55	1	24	3	1
56	1	23	3	1

57	1	22	3	3
58	2	25	3	1
59	2	21	3	3
60	1	34	3	1
61	1	30	3	2
62	2	26	4	1
63	2	19	3	1
64	2	24	3	1
65	1	40	5	1
66	1	27	3	2
67	2	22	3	3
68	2	32	5	2
69	1	24	5	2
70	1	28	3	2
71	1	27	3	1
72	2	25	3	1
73	2	26	3	1
74	2	30	5	1
75	1	23	3	1
76	1	45	3	1
77	2	32	5	1
78	1	34	3	2
79	1	26	3	2
80	2	32	3	2
81	1	35	5	1
82	1	24	3	1
83	1	31	3	2
84	1	25	3	2
85	2	24	3	1

86	1	32	5	1
87	1	24	3	1
88	2	25	5	2
89	2	27	3	2
90	2	33	3	2
91	2	25	3	1
92	2	22	3	3
93	2	27	3	1
94	1	23	3	2
95	2	19	3	1
96	1	22	3	1
97	2	22	3	1
98	2	27	5	1
99	2	22	3	3
100	2	22	3	3

Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	5	4	5	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5
5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	4	2	4
5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	5	4	5	5	4	2	5	2	5	4	5	2	4	5
4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	5
5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5
4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	4	3	5	4	5	3	5	3	4	4	3	4	4	3	3	4
4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5
5	5	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	3	3	5	5	4	5	5	4	4	3	3	4	4	3	4	4
5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5
5	4	2	4	4	4	5	4	5	3	3	3	4	5	5	4	4	4
4	4	4	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	5	5	3	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	3	4	5
5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
2	4	3	4	4	5	4	5	5	3	3	4	3	3	3	2	3	2
5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4
3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
4	3	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	3	3	5	5
4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5
4	3	4	2	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	2	4	4
5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5
5	4	2	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5
4	4	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4
4	3	3	4	4	5	4	5	5	2	3	3	4	4	3	3	3	3
5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4
5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4
5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	3	5
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	4	5	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	5	4	4	5	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	5	3	3	4
5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	5	5
4	3	4	3	5	4	4	5	4	3	3	3	4	5	4	4	4	5
4	3	3	4	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5
5	4	5	4	4	5	4	5	5	3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	4	5	4	4	3	4	3	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	3	3	4	3	4	3	4	4
5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4
4	3	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5
4	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5
5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	2	4	3	3	3	4	4	2	3	4	5	4	3	4	5	4
4	4	4	4	4	5	4	5	3	2	3	3	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5

4	5	4	5	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5
2	4	4	4	4	5	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4
4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	5	5	5	3	3	2	3	4	4	4	5	5	5	3	2	5	5
5	2	2	4	4	2	4	5	5	5	3	2	4	4	3	4	2	1
4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	3	4	5	5	4	3	4	3
5	4	5	5	5	4	5	5	4	2	4	3	5	4	5	3	4	3
5	4	4	3	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3
4	3	3	4	4	2	4	5	5	5	3	3	5	5	3	1	4	3
5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	2	3

Lampiran 4 deskriptif penelitian

1. distribusi X1.1

X1.1				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
Ragu-ragu	2	2.0	2.0	4.0
Valid Setuju	46	46.0	46.0	50.0
Sangat setuju	50	50.0	50.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

2. Distribusi X1.2

X1.2				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak setuju	3	3.0	3.0	3.0
Ragu-ragu	12	12.0	12.0	15.0
Valid Setuju	48	48.0	48.0	63.0
Sangat setuju	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

3. Distribusi X1.3

X1.3				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak setuju	6	6.0	6.0	6.0
Ragu-ragu	11	11.0	11.0	17.0
Valid Setuju	47	47.0	47.0	64.0
Sangat setuju	36	36.0	36.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

4. Distribusi X1.4

X1.4				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
Ragu-ragu	9	9.0	9.0	11.0
Valid Setuju	52	52.0	52.0	63.0
Sangat setuju	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

5. Distribusi X2.1

X2.1				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ragu-ragu	7	7.0	7.0	7.0
Valid setuju	47	47.0	47.0	54.0
sangat setuju	46	46.0	46.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

6. Distribusi X2.2

X2.2				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
ragu-ragu	9	9.0	9.0	11.0
Valid setuju	57	57.0	57.0	68.0
sangat setuju	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

7. Distribusi X2.3

X2.3				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
ragu-ragu	6	6.0	6.0	7.0
Valid setuju	52	52.0	52.0	59.0
sangat setuju	41	41.0	41.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

8. Distribusi X2.4

X2.4				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ragu-ragu	10	10.0	10.0	10.0
Valid setuju	50	50.0	50.0	60.0
sangat setuju	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

9. Distribusi X3.1

X3.1				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-ragu	6	6.0	6.0	6.0
Valid Setuju	58	58.0	58.0	64.0
Sangat setuju	36	36.0	36.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

10. Distribusi X3.2

X3.2				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak setuju	6	6.0	6.0	6.0
Ragu-ragu	15	15.0	15.0	21.0
Valid Setuju	55	55.0	55.0	76.0
Sangat setuju	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

11. Distribusi X3.3

X3.3				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-ragu	18	18.0	18.0	18.0
Valid Setuju	62	62.0	62.0	80.0
Sangat setuju	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

12. Distribusi X3.4

X3.4				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
Ragu-ragu	22	22.0	22.0	24.0
Valid Setuju	57	57.0	57.0	81.0
Sangat setuju	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

13. Distribusi X3.5

X3.5				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	11	11.0	11.0
	Setuju	60	60.0	71.0
	Sangat setuju	29	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

14. Distribusi X3.6

X3.6				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	8	8.0	8.0
	Setuju	58	58.0	66.0
	Sangat setuju	34	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

15. Distribusi Y1

Y1				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	9	9.0	9.0
	Setuju	47	47.0	56.0
	Sangat setuju	44	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

16. Distribusi Y2

Y2				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	1.0	1.0
	Tidak setuju	6	6.0	7.0
	Ragu-ragu	22	22.0	29.0
	Setuju	61	61.0	90.0
	Sangat setuju	10	10.0	100.0
	Total	100	100.0	

17. Distribusi Y3

Y3				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	3	3.0	3.0
	Ragu-ragu	11	11.0	14.0
	Setuju	62	62.0	76.0
	Sangat setuju	24	24.0	100.0
	Total	100	100.0	

18. Distribusi Y4

Y4				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	1.0	1.0
	Tidak setuju	1	1.0	2.0
	Ragu-ragu	9	9.0	11.0
	Setuju	50	50.0	61.0
	Sangat setuju	39	39.0	100.0
	Total	100	100.0	

Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen

1. Uji validitas dan Reliabilitas variabel X1

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.407**	.363**	.349**	.652**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.407**	1	.595**	.655**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.363**	.595**	1	.465**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.349**	.655**	.465**	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.652**	.861**	.804**	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.783	4

2. Uji validitas dan Reliabilitas variabel X2

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.159	.491**	.363**	.700**
	Sig. (2-tailed)		.114	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.159	1	.416**	.378**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.114		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.491**	.416**	1	.175	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.081	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.363**	.378**	.175	1	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.081		.000
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.700**	.706**	.735**	.680**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.663	4

3. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan (X3)

Correlations							
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total
X3.1	Pearson	1	.195	.209*	.227*	.103	.484**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		.051	.037	.023	.306	.000
X3.2	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.195	1	.329**	.394**	.115	.229*
	Correlation						
X3.3	Sig. (2-tailed)	.051		.001	.000	.254	.022
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.209*	.329**	1	.493**	.231*	.259**
X3.4	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.037	.001		.000	.021	.009
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson	.227*	.394**	.493**	1	.361**	.334**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.023	.000	.000		.000	.001
X3.6	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.103	.115	.231*	.361**	1	.453**
	Correlation						
X3.6	Sig. (2-tailed)	.306	.254	.021	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.182	.229*	.259**	.334**	.453**	1
Total	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.070	.022	.009	.001	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson	.484**	.647**	.666**	.758**	.579**	.630**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)						
Total	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.693	6

4. Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Minat Menggunakan Mobile Banking Di Tengah Pandemi Covid 19 (Y)

		Correlations				
		Y1	Y2	Y3	Y4	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.380**	.311**	.492**	.730**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.380**	1	.287**	.262**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.008	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.311**	.287**	1	.540**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.002	.004		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.492**	.262**	.540**	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.730**	.676**	.728**	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.705	4

Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas data (Kolmogrov Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.77725300
	Absolute		.064
Most Extreme Differences	Positive		.039
	Negative		-.064
Kolmogorov-Smirnov Z			.643
Asymp. Sig. (2-tailed)			.803

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.525	2.515		1.402	.164		
Persepsi manfaat	.271	.083	.300	3.260	.002	.906	1.104
Kepercayaan	.102	.101	.089	1.008	.316	.981	1.020
Kualitas layanan	.265	.077	.315	3.449	.001	.919	1.089

a. Dependent Variable: Minat nasabah menggunakan mobile banking

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.995	1.509	1.984	.050
	Persepsi manfaat	-.083	.050	-.174	.100
	Kepercayaan	-.063	.061	-.105	.300
	Kualitas layanan	.036	.046	.082	.433

a. Dependent Variable: ABS_RES

4. Uji analisis regresi linier berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.525	2.515	1.402	.164
	Persepsi manfaat (X1)	.271	.083	.300	.002
	Kepercayaan (X2)	.102	.101	.089	.316
	Kualitas layanan (X3)	.265	.077	.315	.001

a. Dependent Variable: Minat nasabah menggunakan mobile banking (Y)

Lampiran 7 Uji Hipotesis

1. Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.525	2.515	1.402	.164
	Persepsi manfaat (X1)	.271	.083	.300	.002
	Kepercayaan (X2)	.102	.101	1.008	.316
	Kualitas layanan (X3)	.265	.077	3.449	.001

a. Dependent Variable: Minat nasabah menggunakan mobile banking (Y)

2. Uji F

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	111.296	3	37.099	11.389	.000 ^b
	Residual	312.704	96	3.257		
	Total	424.000	99			

a. Dependent Variable: Minat nasabah menggunakan mobile banking (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas layanan (X3), Kepercayaan (X2), Persepsi manfaat (X1)

3. Uji R

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.512 ^a	.262	.239	1.805	1.768

a. Predictors: (Constant), Kualitas layanan (X3), Kepercayaan (X2), Persepsi manfaat (X1)

b. Dependent Variable: Minat nasabah menggunakan mobile banking (Y)

Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis skripsi ini bernama Ade Setiawan merupakan anak pertama dari 3 bersaudara dan lahir pada tanggal 21 Desember 1999 di kota Demak. Nim 1805036113 penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama islam. No. Hp 089525671425, alamat e-mail Adestiaa445@gmail.com.

Adapun riwayat pendidikan penulis yaitu lulus di MI Raudlatul sibyan Sampang pada tahun 2011 kemudian melanjutkan pendidikan di MTS Raudlatul muttaqin Bandungrejo, mranggen kemudian melanjutkan ke jenjang Madrasah Aliyah (MA) di MA Raudlatul muttaqin Bandungrejo, Mranggen dan melanjutkan ke perguruan tinggi di UIN Walisongo Semarang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, program studi S1 jurusan Perbankan Syariah.

Penulis memiliki pengalaman organisasi yaitu pada SEMA-F (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam) pada tahun 2018 sebagai staf SEMA-F dan pada tahun 2019 sebagai anggota SEMA-F (komisi legislasi), pernah aktif dalam dunia pergerakan di pergerakan mahasiswa islam Indonesia (PMII) rayon FEBI, pernah aktif dalam organisasi daerah yaitu IMADE Walisongo Semarang.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Alloh SWT karena telah terselesaikannya skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan *Mobile Banking* Di Tengah Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Demak)”

Lampiran 9 Dokumentasi Penyebaran Kuisioner

