

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN
PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM
MENGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING BSI (BANK
SYARIAH INDONESIA)**

(Studi Kasus Nasabah BSI KCP Gubug)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1

dalam Ilmu Perbankan Syariah



oleh :

NABILA ANNISA LUBIS

NIM. 1905036007

**S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2023

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Nabila Annisa Lubis

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Nabila Annisa Lubis

NIM : 1905036007

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI (Bank Syariah Indonesia) (Studi Kasus Nasabah BSI KCP Gubug)

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I

Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag.
NIP. 195904131987032001

Semarang, 06 Juni 2023
Pembimbing II

Ana Zahrotun Nihayah, M.A.
NIP. 198910092019032015

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

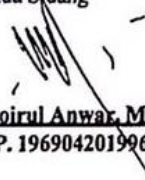
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Nabila Annisa Lubis
NIM : 1905036007
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI (Bank Syariah Indonesia) (Studi Kasus Nasabah BSI KCP Gubug)

Telah di munaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal 20 Juni 2023 dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/baik/cukup, serta dapat diterima untuk pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata I dalam S1 Perbankan Syariah.

Semarang, 3 Juli 2023

Ketua Sidang


Khoiril Anwar, M.Ag.
NIP. 196904201996031002

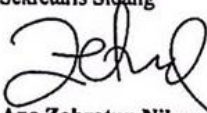
Penguji Utama I


Fajar Adhitva, S.Pd., MM
NIP. 198910092015031003


Pembimbing I


Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M. Ag.
NIP. 195904131987032001

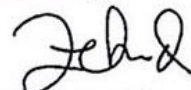
Sekretaris Sidang


Ana Zahrotun Nihayah, M.A.
NIP. 198907082019032018

Penguji Utama II


Riska Wilayanti, S.H., M.H
NIP. 199304082019032019

Pembimbing II


Ana Zahrotun Nihayah, M.A.
NIP. 198907082019032018



MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah 5)

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Dan tidak ada kemudahan tanpa do’a”

(Ridwan Kamil)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah hirobbil ‘alamin, Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayat-Nya sehingga penulis mampu untuk menyusun dan menyelesaikan skripsi sebagaimana mestinya. Sholawat serta salam senantiasa diberikan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, para sahabat dan semua umat muslim. Dengan penuh rasa syukur terselesaikannya skripsi ini, maka penulis mempersembahkan kepada:

1. Allah SWT, Sang pemilik dan sumber ilmu pengetahuan. Terimakasih Ya Allah telah memberikan pertolongan-Mu untuk penulis menyelesaikan skripsi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.
2. Kedua orang tua yang saya cintai yaitu Ayahanda Ade Syahputra Lubis dan Ibunda Erna Sayuti yang telah melimpahkan segala perhatian, kasih sayang dan cintanya, mendoakan setiap langkah perjalananku, membimbing, melindungi, menasehati dengan tulus dan penuh keikhlasan, memberikan dukungan sepenuh hati serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Adik laki-laki tersayang yaitu Cendykia Syahputra Lubis, Daffa Syahputra Lubis dan M. Tsaqif Syahputra Lubis atas segala support dan doa yang diberikan kepada penulis.
4. Teman-teman terkasih sekaligus teman seperantauan, Izzul Haq Muhammad, Tri Utari, Erni Sri Fujianingsih, Raodahtul, Faidatun Nahari, Tarisa Asih Pratiwi, Fatirah Ananda, Nur Halisah yang selalu memberikan semangat, memotivasi, membantu didalam proses perkuliahan maupun keseharian serta menemani selama di Kota Semarang.
5. Dan terspesial diri sendiri karena sudah kuat dan mampu bertahan sejauh ini serta senantiasa bersyukur dan berdoa dengan setiap proses dalam penyusunan skripsi sehingga skripsi ini selesai.

Terimakasih atas doa, kebaikan, pengorbanan dan bantuan kalian, Semoga Allah SWT selalu memberikan kemudahan dalam setiap pekerjaan yang dilakukan

dan Allah SWT senantiasa melindungi dimanapun dan kapanpun, didunia maupun di akhirat, Aamiin.

DEKLARASI

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini hasil dari kerja penulis sendiri dan tidak mengandung materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Dengan demikian, skripsi ini tidak berisi satupun pemikiran-pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan sumber rujukan oleh penulis.

Semarang, 06 Juni 2023

Deklator



Nabila Andisa Lubis

NIM. 1905036007

PEDOMAN TRANSLITERASI

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 kedalam huruf latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu pedoman transliterasi sebagai berikut :

A. Konsonan

Konsonan merupakan daftar huruf Bahasa arab yang literasinya kedalam huruf latin, yaitu :

ء = a	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 Tunggal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal (*monoftong*) dan vokal rangkap (*diftong*). Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, yaitu *fathah* (—) untuk vokal *a*, *kasroh* (—) untuk vokal *i*, dan *dhummah* (—) untuk vokal *u*. Vokal rangkap bahasa Arab lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf yaitu *ayyau* harakat *a* (*fathah*) diikuti *wawu* (و) *sukun* (mati), dan *ai* yaitu harakat *a* (*fathah*) diiringi huruf *ya'* (ي) *sukun* (mati).

C. .Diftong

آي = ay

أو = aw

D. Syaddah (ˆ)

Syaddah dilambang dengan konsonan ganda, misalnya الطب al-thibb.

E. Kata Sandang (... ال)

Kata sandang (... ال) ditulis dengan al- ... misalnya الصناعة = al – shina’ah. Al – ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta’ Marbutah (ة)

Setiap ta’ marbutah ditulis dengan “h” misalnya المعيشة الطبيعية = al – ma’isyah al- thabi’iyah

ABSTRAK

Mobile Banking merupakan salah satu perbankan yang tingkat pertumbuhan yang sangat pesat dimana layanan ini menggabungkan antara sistem informasi dan teknologi. Layanan ini banyak memberikan manfaat bagi penggunanya. Manfaat sistem teknologi tidak hanya berkaitan dengan kemudahan penggunaannya. *Mobile Banking* juga memiliki resiko yang salah satunya ditimbulkan oleh pelaku *cyber*. Permasalahan dalam penelitian ini minimnya nasabah bank syariah Indonesia KCP Gubug yang menggunakan *Mobile Banking* BSI. Maka penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh pada persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi resiko terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* BSI bagi nasabah BSI KCP Gubug.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampel*. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BSI KCP Gubug. Data yang digunakan menggunakan data primer yaitu dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden dengan sampel sebanyak 95 nasabah BSI KCP Gubug. Penelitian ini menggunakan teori pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Pengujian yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 26. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, sementara untuk uji hipotesisnya menggunakan uji persial (uji t) dan uji simultan (uji f).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI. Persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI.

Kata kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko, Keputusan Menggunakan Mobile Banking

ABSTRACT

Mobile Banking is one of the fastest growing banking services that combines information systems and technology. This service provides many benefits for its users. The benefits of technology systems are not only related to their ease of use. Mobile Banking also has risks, one of which is caused by cyber actors. The problem in this study is the lack of customers of Bank Syariah Indonesia KCP Gubug who use BSI Mobile Banking. So this study aims to test whether there is an influence on perceived benefits, perceived convenience and perceived risk on customer decisions in using Mobile Banking BSI for BSI KCP Gubug customers.

This research uses quantitative research. Data collection methods using questionnaires with sampling techniques using purposive samples. The population in this study were BSI KCP Gubug customers. The data used used primary data, namely by using a questionnaire filled out by respondents with a sample of 95 BSI KCP Gubug customers. This study uses the Technology Acceptance Model (TAM) approach theory. The data analysis method used is multiple linear regression, while to test the hypothesis using a partial test (t-test) and simultaneous test (f-test).

The results of this study indicate that perceived usefulness have a positive and significant effect on customer decisions in using BSI mobile banking services. Perceived convenience has a positive and significant effect on customer decisions in using BSI mobile banking services. Perceived risk has no significant effect on customer decisions in using BSI mobile banking services.

Keywords: Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Decision to Use Mobile Banking

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alukum WR. Wb

Puji Syukur Kehadirat Allah SWT, yang maha pengasih lagi maha penyayang, sang penguasa alam atas segala rahmat, taufiq dan hidayah-Nya. Tak lupa sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI (Bank Syariah Indonesia) (Studi Kasus Pada Nasabah BSI KCP Gubug)”**. Skripsi ini disusun dalam rangka guna memenuhi salah satu syarat guna memenuhi syarat tercapainya gelar Sarjana Strata (S1) Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Islam dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwasanya proses penyusunan sampai penyelesaian skripsi bukanlah hasil yang mudah, tetapi terdapat pihak-pihak dibalik layar yang selalu memberikan inspirasinya, dukungannya dalam bentuk moril maupun materil, bimbingan, saran, serta do'a. Oleh karena itu, atas terselesaikannya tugas akhir ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada berbagai pihak diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Ibu Heny Yuningrum, S.E, M.Si selaku Kepala Prodi S1 Perbankan Syariah, Ibu Muyassarah, M.Si selaku sekretaris Jurusan S1 Perbankan Syariah dan Ibu Kartika Marella Vanni, S.S.T, M.E Staf ahli program studi S1 Pebankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M. Ag. selaku Dosen Pembimbing I yang selalu sabar dan bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk

memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam rangka penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Ana Zahrotun Nihayah, M.A selaku Dosen Pembimbing II yang selalu sabar dan bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam rangka penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Muyassarah, M.Si selaku wali dosen yang selalu memberikan arahan selama penulis kuliah di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
7. Semua dosen serta staf karyawan Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang sudah banyak mengamalkan ilmu pengetahuannya kepada penulis.
8. PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gubug, Bapak Rendi Harison selaku Operasional Staff dan Pegawai PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gubug yang memberikan izin penelitian, semangat serta banyak membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Serta Nasabah BSI KCP Gubug yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner saya, sehingga skripsi ini selesai.
9. Kedua orang tua yang saya cintai yaitu Ayahanda Ade Syahputra Lubis dan Ibunda Erna Sayuti yang telah melimpahkan segala perhatian, kasih sayang dan cintanya, mendoakan setiap langkah perjalananku, membimbing, melindungi, menasehati dengan tulus dan penuh keikhlasan, memberikan dukungan sepenuh hati, motivasi serta telah menjadi orang tua yang hebat buat saya dan adik-adikku tercinta. Terimakasih Ayah dan Bunda sudah mengantarkan anak perempuanmu ke gelar Sarjana Ekonomi yang telahku gapai saat ini.
10. Adik-adik tersayang, Cendykia Syahputra Lubis, Daffa Syahputra Lubis dan M. Tsaqif Syahputra Lubis yang senantiasa membersamai, selalu memberikan semangat saya agar dapat menyelesaikan studi dan selalu menyayangi saya. Beserta keluarga besar yang senantiasa selalu memberikan kasih sayang, doa dan dukungan sepenuhnya kepada penulis.

11. Teman-teman terkasih, Izzul Haq Muhammad, Tri Utari, Erni Sri Fujianingsih, Raodahtul, Faidatun Nahari, Fatirah Ananda, Nur Halisah, Tarisa Asih, Nida Nafisa, Siti Marufatunnisa, serta teman-teman yang di Medan Nia Larasati, M. Farhan, M. Hawari, Saffa Azzumi siapapun dan dimana pun kalian berada yang senantiasa yang selalu memberikan doa, bantuan, dukungan dan saling menguatkan. Semoga Allah SWT permudah segala urusan kalian dan dilancarkan segala usahanya.
12. Keluarga besar HIMSU dan teman-teman seperjuangan PBAS A19 yang senantiasa kebersamai dari awal kuliah hingga akhir kuliah.
13. Semua pihak, yang tidak dapat Penulis sebutkan satu per satu yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membantu dalam proses penyusunan skripsi.

Dengan segala kebaikan yang telah diberikan, penulis tidak dapat membalas satu persatu dan penulis hanya mampu mengucapkan banyak terimakasih, semoga segala bantuan dan dukungan yang diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna yang terdapat baik dari segi isi, Bahasa maupun penulisan. Oleh karena itu, adanya saran dan kritik sangat diperlukan sehingga skripsi ini nantinya dapat disempurnakan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat, menambah referensi, dan kontribusi positif khususnya untuk penulis dan para pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 06 Juni 2023

Penulis



Nabila Annisa Lubis

NIM. 1905036007

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Masalah.....	16
D. Manfaat Penelitian	16
E. Sistematika Penulisan	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	19
A. Kerangka Teori.....	19
1. Technology Acceptance Model (TAM).....	19
2. Keputusan.....	23
a. Pengertian Keputusan.....	23
b. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	25
c. Indikator Keputusan	26
3. Persepsi Manfaat	28
a. Pengertian Persepsi Manfaat	28

b. Indikator Persepsi Manfaat.....	29
4. Persepsi Kemudahan).....	29
a. Pengertian Persepsi Kemudahan	29
b. Indikator Persepsi Kemudahan.....	32
5. Persepsi Resiko	32
a. Pengertian Persepsi Resiko	32
b. Indikator Persepsi Resiko.....	35
6. Mobile Banking.....	35
a. Pengertian Mobile Banking.....	35
b. Fitur dan Layanan BSI Mobile.....	37
c. Keunggulan BSI Mobile.....	41
B. Penelitian Terdahulu	42
C. Kerangka Berpikir	56
D. Hipotesis.....	56
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	60
A. Jenis Penelitian.....	60
B. Sumber Data Penelitian.....	60
1. Data Primer	60
2. Data Sekunder	61
C. Lokasi Penelitian.....	61
D. Populasi dan Sampel	61
1. Populasi.....	61
2. Sampel.....	62
E. Teknik Pengumpulan Data.....	63
1. Wawancara.....	63
2. Kuesioner	63
3. Dokumentasi	64
F. Teknik Pengukuran	64
G. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	65
H. Teknik Analisis Data.....	68
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISI DATA.....	74

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	74
1. Sejarah Umum Bank Syariah Indonesia	74
2. Makna Logo BSI.....	76
3. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Gubug	76
4. Identitas Perusahaan.....	77
5. Struktur Organisasi BSI KCP Gubug.....	77
B. Data Pegawai PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gubug	78
C. Karakteristik Responden	79
D. Analisis Data	82
1. Analisis Deskriptif	82
2. Uji Instrumen Data	83
a. Uji Validitas	83
b. Uji Rehabilitas.....	84
3. Uji Asumsi Klasik.....	85
a. Uji Normalitas.....	85
b. Uji Multikolinieritas.....	86
c. Uji Heteroskedastisitas.....	87
4. Uji Regresi Linier Berganda	88
5. Uji Hipotesis	90
a. Uji Parsial (Uji T).....	90
b. Uji Simultan (Uji F)	92
c. Uji Koefisien Determinan (R^2)	93
E. Hasil Pembahasan Penelitian	94
BAB V PENUTUP.....	101
A. Kesimpulan	101
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	103
DAFTAR LAMPIRAN.....	114
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	144

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data E-channel Nasional Mobile Banking.....	6
Tabel 1.2 Data E-channel Mobile Banking BSI Tahun 2021-2022.....	7
Tabel 1.3 Pra riset	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1 Tingkat Pengukuran Skala Likert	64
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	65
Tabel 4.1 Data Pegawai PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gubug.....	78
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	79
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	80
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	81
Tabel 4.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	82
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	83
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	85
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov.....	86
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	87
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejer.....	88
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	89
Tabel 4.12 Hasil Uji T.....	91
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	93
Tabel. 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Fitur Layanan BSI Mobile	37
Gambar 2.2 Model Kerangka Pemikiran	56
Gambar 4.1 Logo Bank Syariah Indonesia	76
Gambar 4.2 Struktur Organisasi BSI KCP Gubug.....	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	114
Lampiran 2: Tabulasi Data Kuesioner	117
Lampiran 3: Hasil Uji Penelitian.....	130
Lampiran 4: Surat Penelitian Dari BSI KCP Gubug.....	139
Lampiran 5: Dokumentasi.....	140

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan inovasi teknologi sangat cepat dan pesat di era globalisasi saat ini. Industri perbankan syariah di Indonesia juga mengalami tranformasi digital untuk mengikuti perubahan gaya hidup masyarakat. Tujuan dari pengumuman layanan digital ini adalah untuk memudahkan transaksi para nasabah yang akan mendukung pertumbuhan sektor perbankan. Bank Syariah tidak ketinggalan dalam revolusi digital ini.¹ Dampak dari kemajuan pesat teknologi pada perbankan terlihat adanya aplikasi yang dikeluarkan oleh pihak bank tersendiri.

Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk yang beragama Islam, dipandang sebagai tujuan potensial untuk bisnis dan Lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip hukum syariah. Hal ini dapat menjadi peluang besar bagi lembaga-lembaga syariah di Indonesia, khususnya sektor perbankan syariah untuk menyediakan produk dan fasilitas dari perbankan syariah melalui lembaga keuangan berpartisipasi dalam minat masyarakat agar ikut berperan terhadap lembaga.

Bank Syariah memiliki peran sebagai lembaga perantara (intermediasi) bagi masyarakat surplus dengan masyarakat defisit dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah.² Bank syariah termasuk lembaga keuangan syariah seperti bank konvensional, tetapi bank syariah beroperasi menggunakan prinsip bagi hasil untuk menghindari riba. Sedangkan, bank konvensional beroperasi menggunakan system bunga secara hukum

¹ Mahmudah, Rahmatika,"Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kaus Nasabah BRI KC Semarang)" *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6, no. 2 (2021): 419–441.

² Ana Zahrotun Nihayah and Lathif Hanafir Rifqi, "Kontribusi Perbankan Syariah Terhadap Permodalan UMKM Selama Pandemi Covid-19," *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 6, no. 2 (2022): 183–194.

nasional serta berprinsip meraih keuntungan sebesar-besarnya. Kegiatan yang dijalankan oleh bank syariah merupakan kegiatan pemasaran yang didasarkan pada hukum syariat islam.³

Layanan perbankan syariah berfungsi sebagai pemberi layanan jasa oleh bank untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi seperti jasa transfer, pemindahan buku, jasa tarik tunai dan jasa perbankan lainnya. Layanan perbankan ini menjadi pendirian sebuah bank yang untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dan bisa bertahan.⁴ Kinerja Lembaga keuangan syariah ini menjadi suatu tata cara atau sistem yang dilakukan oleh bank syariah yang tercermin dalam produk-produk yang ditawarkan dengan prinsip profit and loss sharing, baik berupa penghimpunan dana maupun penyaluran dana atau pembiayaan.⁵

Data BPS dari hasil pendataan Survei Susenas 2020, populasi di Indonesia yang telah mengakses internet di tahun 2020 tercatat 53,73 persen. Persentase kepemilikan telepon seluler oleh penduduk di Indonesia tercatat 90,75 persen.⁶ Hal ini menunjukkan bahwa internet menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat. Teknologi informasi ini sudah menjadi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitas.⁷ Perbankan digital ini digunakan sebagai pilihan, terutama untuk sistem pembayaran. Masyarakat menyukai pekerjaan yang bermanfaat dan efisien, salah satunya pembayaran yang dilakukan melalui *Mobile Banking*. Hal ini

³ Rijlan Hasanuddin, Ahmad Syukri SS, and Nofrianto Nofrianto, "Pengaruh Produk, Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah," *INNOVATIO: Journal for Religious Innovation Studies* 19, no. 2 (2019): 191–206.

⁴ Nikmatus Zakiah, "ANALISIS PERBANDINGAN PELAYANAN PERBANKAN SYARIAH DAN PERBANKAN KONVENSIONAL", *Journal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, no. 2 (2020): h.51-52.

⁵ Siti Mujibatun, "Pengaruh Strategi Eksklusif Terhadap Kinerja Lembaga Keuangan Syari'Ah," *Economica: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, no. 2 (2010): h. 87.

⁶ Tri Sutarsih, SE, MM, Desy Apresziyanti, S.ST, M.E, Heny Wulandari, S.ST. M.S.E, Atika Nashirah Hasyiyati, SST, MSc, "Statistik Telekomunikasi Indonesia 2020, Jakarta: Badan Pusat Statistik. h.4

⁷ Siti Mujibatun, Darma Taujiharrahman, and Ratno Agriyanto, "Determination of the Influence of Attitude and Sharia Compliance on Continuance Intention of Digital Islamic Banking Users, Mediated by Customer Satisfaction", *Journal Annual International Conference on Islamic Economics and Business*, Vol. 2, No. 1 (2022), h.276

memungkinkan masyarakat untuk memenuhi kecepatan, kenyamanan, dan keamanan dalam bertransaksi.⁸

Di Indonesia pertama kali terjadi covid-19 pada tanggal 02 Maret 2020. Saat itu Warga Negara Indonesia (WNI) tertular oleh salah satu Warga Negara Asing (WNA) Jepang. Penularan covid-19 semakin lama semakin meningkat, sehingga masyarakat tidak bisa keluar dari rumah.⁹ Atas adanya pandemic Covid-19 kini telah membawa perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia dan juga sebagai sarana percepatan transformasi digital yang menjadi kebutuhan industri perbankan.¹⁰ Hal ini membuat bahwa teknologi informasi ini mengalami kemajuan, sehingga *Mobile Banking* berkembang sangat pesat

Sektor keuangan menjadi salah satu sektor industri yang mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Industri perbankan menjadi salah satu industri yang mengandalkan TIK untuk pelayanan kepada para nasabah. Layanan sms banking, *Mobile Banking* dan *Internet Banking* yang sudah beberapa tahun ke belakang ini menjadi salah satu produk layanan yang diberikan oleh industri perbankan. Masyarakat pun sudah mulai terbiasa dengan penggunaan layanan jasa keuangan berbasis teknologi digital.¹¹

Mobile Banking suatu layanan transaksi perbankan berbasis aplikasi yang difungsikan sebagai portal pembayaran melalui ponsel atau Handphone. Menurut Mukhtisar dalam penelitiannya menjelaskan bahwa *Mobile Banking* itu sebuah layanan yang diberikan oleh pihak bank untuk melancarkan dan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Selain

⁸ Abidin M, 2014, Dampak Kebijakan e-money di Indonesia sebagai alat system pembayaran baru, vol.4, hal.4-5. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi/article/view/13212/12129>

⁹ Ana Zahrotun Nihaya, Lathif Hanafir Rifq, "Pandemi Covid-19 Implikasi Bagi Pembiayaan Bank Syariah Di Indonesia," Jurnal Ekonomika (Manajemen, Akuntansi dan Perbankan Syariah), Vol. 10, No.1 (2021), h. 164

¹⁰ Ana Zahrotun Nihayah, Nur Aini Fitriya, Farah Amalia, "The Role of Digital Banking Industry Towards Consumer Behavior During The Covid 19", Journal of Digital Marketing And Halal Industry, Vol. 4, No. 2 (2022), h. 76

¹¹ Eny Latifah, "Perkembangan Ekonomi Digital Di," *Jurnal Ekonomi Digital* 3, no. 2 (2019): h.13.

itu *Mobile Banking* ini juga suatu layanan perbankan yang bisa di akses oleh nasabah menggunakan telepon seluler (handphone) yang memiliki fungsi sama halnya ATM, namun tidak dengan melakukan transaksi penarikan secara tunai. Ada beberapa layanan *Mobile Banking* yang diberikan perbankan kepada nasabah agar mudah diakses dimanapun dan kapanpun dalam melakukan transaksi seperti cek saldo, mengirim uang (transfer) antar rekening bank, melakukan pembelian maupun membayar tagihan, dan lain-lain.¹²

Fasilitas perbankan bagi beberapa nasabah dapat melakukan aktivitas dengan mudah menggunakan telepon seluler (handphone) yang terkoneksi dengan internet dapat dengan secara cepat, aman, nyaman bertransaksi dimana pun, kapanpun tanpa harus secara fisik mengunjungi bank serta tersedia setiap saat (24 jam non-stop).¹³ Selain kemudahan yang diperoleh untuk mengetahui informasi keuangan, manfaat yang didapatkan oleh nasabah pada kenyataannya juga tidak selalu berjalan mulus saat menggunakan aplikasi. Transaksi yang dapat dilakukan seperti cek saldo, transfer, pembayaran dan pembelian tanpa harus pergi keluar rumah ataupun datang ke bank tidak perlu melakukan transaksi menggunakan Automatic Teller Machine (ATM) secara nontunai.¹⁴

Kondisi kemajuan informasi dalam dunia industry perbankan syariah di masa ini melakukan peningkatan pelayan kepada nasabah, sangat banyak perubahan yang terjadi dalam kemajuan informasi. Bank syariah termasuk lembaga keuangan syariah seperti bank konvensional, tetapi bank syariah beroperasi menggunakan prinsip bagi hasil untuk menghindari riba. Kegiatan yang dijalankan oleh bank syariah merupakan kegiatan pemasaran

¹² et al., Nurdin, “Nurdin, N., Ningrum, R., Bachmid, S., Jalil, A. (2020).,” *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu* 3, no. 1 (2020).h.31

¹³ Imam Sugih Rahayu, “Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)”. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, Vol.5 No. 2(2015). h.138

¹⁴ Habibi, Zaky, “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah”, *Jurnal Universitas Brawijaya*, 2014, hlm. 3

yang didasarkan pada hukum syariat islam.¹⁵ BSI sejak 1 September 2021 menjadi bank hasil penggabungan (merger) dari tiga bank syariah milik Himbara yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank BNI Syariah dan Bank BRI Syariah (BRIS).

Deputi Komisioner Humas dan Logistik OJK, Anto Prabowo menyatakan, BSI dibuka dengan dikeluarkan surat dari OJK dengan Nomor : SR-3/PB.1/2021 untuk mengesahkan tergabungnya tiga bank syariah juga perizinan nama memakai persetujuan bisnis Bank BRI Syariah dan memperoleh persetujuan penyelenggaraan usaha dengan identitas BSI sebagai bank inkorporasi. Penerbitan surat OJK ini semakin memperkuat Bank Syariah Indonesia untuk mempercepat pertumbuhan perbankan syariah dan ekonomi syariah serta dengan adanya penggabungan tiga bank syariah.¹⁶

Saat ini bank syariah beroperasi sebagai sistem alternatif yang praktis dan layak, yang menawarkan banyak hal.¹⁷ Salah satunya bank syariah Indonesia (BSI) menyediakan layanan *Mobile Banking* kepada para nasabah yang bernama *BSI Mobile*. BSI Mobile merupakan aplikasi yang berfungsi untuk memberikan kemudahan bertransaksi beribadah dan berbagi melalui beragam fitur dalam satu aplikasi. layanan perbankan berbasis syariah melalui telepon seluler (handphone) dengan cara yang aman, cepat dan mudah serta dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja tanpa harus datang secara langsung ke bank.¹⁸

¹⁵ Rijlan Hasanuddin, Ahmad Syukri SS, and Nofrianto Nofrianto, "Pengaruh Produk, Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah," *INNOVATIO: Journal for Religious Innovation Studies* 19, no. 2 (2019): h.192.

¹⁶ Hafiz Fuad, 2021, Akhirnya, OJK Keluarkan Izin Bank Syariah Indonesia, 27 Januari 2021, 18.00 WIB dapat diakses melalui <https://www.idxchannel.com/market-news/akhirnya-ojk-keluarkan-izin-bank-syariah-indonesia>

¹⁷ Siti Mujibatun, Rofiu Wahyudi, Ridan, "Debt and Equity-Based Financing, Size and Islamic Banks Profitability: Empirical Evidence from Indonesia", *Journal Iqtishadia*, Vol. 12, No. 2 (2019), h. 227

¹⁸ Muhammad Vadly Azhar Lubis, "Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Bank BSI KCP Rantauprapat," *Journal* 1, no. 1 (2021): 1–165.

Berikut ini data perkembangan *mobile banking* secara nasional pada tahun 2018 sampai 2022 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data E-channel Nasional *Mobile Banking*

Data E-channel Nasional		2018	2019	2020	2021	2022
Mobile Banking	Volume Transaksi (Rp)	2,855,557	2,360,094	3,427,101	5.534.245	753.887
	Nilai Transaksi (Rp Milliar)	2,328,703	3,522,491	4,770,122	7,730,865	875.946

Sumber: Bank Indonesia (bi.go.id)

Berdasarkan data e-channel nasional dapat diketahui bahwa periode tahun 2018 sampai 2022 mengalami sedikit peningkatan penggunaan dan di tahun 2022 mengalami penurunan yang drastis. Data Bank Indonesia mencatat, volume transaksi pengguna *Mobile Banking* 2018 mencapai Rp 2.855.557 dan melakukan transaksi sebesar Rp 2.328.703 miliar kali transaksi. Pada tahun 2019 pengguna *Mobile Banking* meningkat mencapai Rp 2.360.094 dan melakukan transaksi sebesar Rp 3.522.491 miliar. Pada tahun 2020 pengguna *Mobile Banking* mencapai Rp 3.427.101 dan melakukan transaksi sebesar 4.770.122 miliar. Pada tahun 2021 pengguna *mobile banking* mencapai peningkatan Rp 5.534.245 dan melakukan transaksi sebesar Rp 7.730.865 miliar. Pada tahun 2022 pengguna *Mobile Banking* pada Bank Indonesia mengalami penurunan drastis mencapai Rp 753.887 dan melakukan transaksi juga menurun sebesar Rp 875.946 miliar. Hal ini dapat diketahui bahwa nasabah dalam setiap tahunnya yang menggunakan *Mobile Banking* stabil karena dalam penggunaannya memberikan kemanfaatan dan kemudahan nasabah dalam bertransaksi,

walaupun dari segi tahun 2022 mengalami penurunan tetapi itu tidak menjadi permasalahan terhadap *Mobile Banking*.

Aplikasi *BSI Mobile* memiliki tampilan yang modern dan antar muka yang ramah pengguna. Jadi, untuk melakukan bertransaksi keuangan menggunakan *BSI Mobile* akan akan memberikan pengalaman yang menyenangkan. Transaksi perbankan syariah ini seperti transfer uang, pembayaran, pembelian serta cek saldo tabungan dimana saja dan kapanpun yang nasabah inginkan. Transaksi menggunakan aplikasi *BSI Mobile* ini bisa dilakukan dengan dengan santai karena sudah dijamin keamanannya. Nasabah tidak perlu khawatir karena dalam mengakses aplikasi dan melakukan transaksi tidaklah mudah. Dua system keamanan sudah diterapkan di aplikasi *BSI Mobile* yaitu *password* untuk mengakses rekening dan PIN untuk melakukan transaksi. Jadi, hanya nasabah yang bisa melakukannya atau mengaksesnya. Walaupun keamanannya sudah terjamin, kita sebagai nasabah harus perlu kehati-hatian juga dalam menggunakannya.¹⁹

Berikut ini data perkembangan *Mobile Banking* BSI pada tahun 2021 sampai 2022 sebagai berikut:

Tabel 1.2
Pengguna *Mobile Banking* BSI Tahun 2021-2022

Data E-channel BSI		Periode	
		2021	2022
Mobile Banking	Volume Transaksi (juta)	3,47	4,44
	Nilai Transaksi (juta)	124,24	187,2

Jumlah pengguna *BSI Mobile* pada tahun 2021 mencatat jumlah pengguna BSI Mobile mencapai 3,47 juta pengguna dan dengan jumlah

¹⁹ BSI Mobile, Aman Santai Pakai BSI Mobile, [Aman Santai Pakai BSI Mobile - Bank Syariah Indonesia Mobile](https://bsimobile.co.id/aman-santai-pakai-bsi-online/), dapat diakses melalui <https://bsimobile.co.id/aman-santai-pakai-bsi-online/>

transaksi yang mencapai 124,24 juta transaksi.²⁰ Pada tahun 2022 *BSI Mobile* pun tercatat melonjak naik pengguna *BSI Mobile* mencapai 4,44 juta pengguna dan jumlah transaksi mencapai 187,2 juta transaksi.²¹ Hal ini dapat diketahui bahwa data E-channel Bank Syariah Indonesia pada tahun 2021 dan 2022 mengalami peningkatan sehingga dalam penggunaannya memberikan dampak yang positif bagi nasabah.

Persepsi Manfaat menurut Jogiyanto merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya.²² Manfaat ini dalam aplikasi mobile banking terdapat banyak fitur-fitur yang lengkap seperti pembelian pulsa, token listrik, top up dan pake data. Jadi, nasabah menginginkan berbelanja tanpa harus keluar rumah bisa saja berbelanja online dengan menggunakan aplikasi *Mobile Banking*. Permasalahan manfaat masih banyak nasabah yang belum tahu mengenai tentang manfaat fitur-fitur yang ada didalam mobile banking tersebut. Hal ini disebabkan kurangnya sosialisasi nasabah terhadap perbankan syariah maupun sesama calon nasabah.

Persepsi kemudahan menurut Mathieson adalah sebagai kepercayaan seseorang jika mereka menggunakan suatu sistem maka mereka akan bebas dari upaya. kemudahan penggunaan sangat diperlukan dan biasanya pemahaman tentang penggunaan diberitahukan oleh pihak bank maupun dapat dipelajari sendiri.²³ Permasalahan yang terjadi dalam kemudahan ini yaitu dalam menggunakan suatu aplikasi *Mobile Banking* sering mengalami gangguan internet, khususnya di malam hari seperti

²⁰ Bisnitempo.co, Aset Bank Syariah Indonesia Tembus Rp 265 Triliun per Desember 2021. 2 Februari 2022, 09:22 WIB dapat diakses melalui <https://bisnis.tempo.co/read/1556434/aset-bank-syariah-indonesia-tembus-rp-265-triliun-per-desember-2021>

²¹ KumparanBisnis, Pengguna BSI Mobile Capai 4,47 Juta Orang, Sumbang Pendapatan Rp 173 M, 27 Oktober 2022, 20:49 WIB dapat diakses melalui <https://kumparan.com/kumparanbisnis/pengguna-bsi-mobile-capai-4-47-juta-orang-sumbang-pendapatan-rp-173-m-1z8Jp1vDIL>

²² Cahyo, W. Y. (2014). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Yogyakarta.

²³ Wulandari, C. O. (2017). Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking

aplikasinya tidak bisa dibuka dan digunakan karena system dari bank masih kurang efisien sehingga para nasabah menjadi kesulitan dalam bertransaksi dan ini menjadi kurangnya minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

Persepsi resiko menurut Sciffman dan Kanuk adalah sebagai ketidakpastian yang dihadapi oleh konsumen ketika mereka tidak dapat meramalkan dampak dari keputusan pembelian mereka.²⁴ Ada beberapa permasalahan saat menggunakan mobile banking salah satunya nasabah masih kurang memahami dan takut menggunakan system saat berinteraksi, takut salah tekan dan bisa menjadi kehilangan uang mereka dan itu menjadi kerugian bagi mereka.²⁵ Risiko dari *Mobile Banking* ialah banyaknya orang atau sekelompok yang melakukan kegiatan manipulasi situs yang mirip dengan situs asli bank, sehingga para nasabah kurang memahami dan takut untuk mencoba bertransaksi menggunakan fasilitas *Mobile Banking*. Selain itu, nasabah juga takut terhadap kebocoran informasi rekening dan gagalnya transaksi karena jaringan layanan apabila diperlukan sangat cepat.

Pada saat ini juga masih banyak nasabah yang belum menggunakan *Mobile Banking* sehingga nasabah lebih memilih menggunakan ATM atau datang langsung ke bank dalam melakukan transaksi. Jadi, nasabah akan lebih merasa aman ketika melakukan transaksi secara tunai ke bank, nasabah juga tidak perlu khawatir uangnya salah masuk rekening yang lain atau salah tekan karena nasabah langsung melakukan transaksi ke teller. Namun hal lain tidak membuat nasabah lain yang membutuhkan *Mobile Banking*. Mereka tetap menggunakan fasilitas layanan *Mobile Banking* yang di sediakan oleh bank syariah karena mereka membutuhkan waktu yang cepat untuk keperluan lainnya dan tidak membuang-buang waktunya.

²⁴ Suhir, M., Suyadi, I., & Riyadi. (2014). Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian 101 Secara Online. *Jurnal Administrasi bisnis (JAB)*, Vol. 8(No. 1).

²⁵ Pengaruh Kemudahan, D A N Risiko Terhadap, and Ira Puspitadewi S, "Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Jember) no. 10 (2022): hal.2036-2037.

Pada tanggal 21 Januari 2023, penelitian melakukan prariset terhadap nasabah BSI KCP Gubug sebanyak 35 orang atau responden. Penelitian ingin mengetahui seberapa banyak kuantitas pengguna *BSI Mobile*. Lihat pada tabel berikut:

Tabel 1.3
Pra riset BSI KCP Gubug

No	Pertanyaan	Kuantitas	Usia	Respon
1	Memiliki Rekening BSI	35	21 – 47 Tahun	1. <i>Mobile Banking</i> bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari
2	Pengguna Mobile Banking BSI	14		2. <i>Mobile Banking</i> mudah dalam melakukan transaksi tanpa harus keluar dari rumah
3	Tidak Menggunakan Mobile Banking BSI	21		3. Kesulitan akan menggunakan <i>Mobile Banking</i> karena takut salah tekan sehingga kehilangan uang. 4. Takut kebocoran informasi rekening 5. Gangguan sistem layanan/jaringan 6. Lupa <i>Password</i> atau PIN <i>Mobile Banking</i>

				<p>7. Tidak terlalu membutuhkan <i>Mobile Banking</i></p> <p>8. Sudah terbiasa langsung ke bank terdekat</p> <p>9. Lebih menggunakan E-wallet</p>
--	--	--	--	---

Sumber: BSI KCP Gubug 2023 .

Pada tabel Pra riset yang menunjukkan bahwa dari 35 nasabah yang memiliki rekening BSI diantaranya 14 orang menggunakan mobile banking BSI dan 21 orang yang tidak menggunakan mobile banking BSI. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan nasabah BSI KCP Gubug, Ibu Tri Mulyaningsih (34) mengatakan bahwa menggunakan mobile banking syariah agar lebih mudah dalam bertransaksi, tidak perlu harus keluar rumah dan bisa langsung melakukan pembayaran berbelanja online. Ibu Peni Moegi Lestari (32) mengatakan bahwa menggunakan mobile banking sangat mempermudah dalam bertransaksi pembayara, pembelian seperti top up shoopepay, gopay dan ovo dll dan BSI tidak ada biaya administrasi perbulan jadi tidak riba. Sedangkan, Ibu Muna (41) mengatakan bahwa masalah yang didapat yaitu tidak paham dengan cara menggunakan *Mobile Banking* takut salah tekan sehingga kehilangan uang dan males untuk mencoba sehingga sudah terbiasa dan nyaman langsung datang ke bank syariah untuk bertransaksi. Sama halnya dengan dengan Bapak Juwarno (47) mengatakan bahwa masalah yang didapat yaitu dengan adanya faktor umur jadi beliau tidak mengetahui atau kesulitan menggunakan suatu teknologi oleh sebab itu lebih memilih bertransaksi langsung ke bank. Ibu Nur Kurniawati (34) mengatakan bahwa masalah yang didapat yaitu sering adanya gangguan sistem layanan dimana saat melakukan transaksi. Ibu Murtiana (37) mengatakan bahwa takut terhadap

kebocoran informasi rekening dan gagalnya transaksi karena jaringan layanan apabila diperlukan sangat cepat. Ibu Dian (29) menyatakan tidak terlalu membutuhkan *Mobile Banking*. Dari masalah-masalah tersebut akan merepotkan nasabah karena waktu mereka terbuang, sehingga berdampak kepada pengguna dan yang belum menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah BSI KCP Gubug masih sangatlah minim yang menggunakan *Mobile Banking* BSI.

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa setiap nasabah tentu memiliki penilaian tersendiri terhadap manfaat, kemudahan dan resiko yang mereka rasakan saat menggunakan aplikasi *BSI Mobile* karena semua ini tergantung seberapa banyak informasi yang dimiliki, pengalaman, situasi dan kondisi yang nasabah alami. Selain itu juga tergantung dari kemampuan nasabah dalam meminimalisir risiko yang akan diterima. Banyak juga dari nasabah yang merasa bahwa aplikasi *BSI Mobile* memiliki manfaat dan kegunaan yang sangat tinggi, sehingga resiko yang dirasakan menjadi lebih rendah. Ada pula yang berpendapat bahwa resikonya tinggi namun akan sangat berguna ketika dalam keadaan mendesak, sehingga hal ini mampu mendorong nasabah untuk menggunakan aplikasi *BSI Mobile* untuk kegiatan transaksi keuangan. Meskipun ada banyak keuntungan bagi nasabah, dalam praktiknya layanan ini jarang digunakan oleh nasabah dan sering tidak disukai. Nasabah lebih suka bertransaksi melalui ATM atau di meja bank karena lebih aman, bahkan kenyataannya jumlah pengguna *Mobile Banking* di BSI KCP Gubug lebih sedikit. Keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* ini pastinya dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya yaitu persepsi-persepsi nasabah itu sendiri terhadap aplikasi *Mobile Banking* BSI.

Dari beberapa variabel yang akan peneliti gunakan, pada penelitian sebelumnya masih terdapat research gap antara variable-variabel independent terhadap variable dependent. Pertama, variabel persepsi manfaat pada hasil penelitian AY Kurniaputra menunjukkan hasil bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

nasabah menggunakan mobile banking.²⁶ Penelitian Nadila T Oktaviani menguatkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan mobile banking.²⁷ Sedangkan penelitian Sri Fuji Astuti menunjukkan hasil yang berbeda bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah pengguna *Mobile Banking*.²⁸ Penelitian Ziza Ricmala menguatkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*.²⁹

Variabel persepsi kemudahan pada hasil penelitian Julistia Wardhani menunjukkan hasil bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*.³⁰ Penelitian Salsabillah Ainun menguatkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*.³¹ Sedangkan penelitian Sri Fuji Astuti menunjukkan hasil yang berbeda bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna *Mobile Banking*.³²

Terakhir variabel persepsi resiko pada hasil penelitian M Radinal Mubarak menunjukkan hasil bahwa persepsi resiko berpengaruh positif dan

²⁶ Adria Yudi Kurniaputra and Mochamad Nurhadi, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bri Di Surabaya," *Journal of Business & Banking* 8, no. 1 (2018): h.119.

²⁷ Nadila T. Oktaviani Sinulingga, Program Studi Perbankan Syariah., "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada PT.Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik Di Masa Pandemi Covid-19" (2022).h.73.

²⁸ Sri Fuji Astuti, Program Studi Perbankan Syariah., "Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Bank Syariah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking" (2020).

²⁹ Ziza Ricmala, Program Studi Manajemen., "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Sikap Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bagi Nasabah Bank Mandiri Di Surabaya" (2016). h.11

³⁰ Julistia Wardhani, "Pengaruh Persepsi and Kemudahan Dan Persepsi Tingkat Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Di Kalangan Generasi Y dan Z (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal)". (2022) h.88.

³¹ Salsabillah Ainun Aini, Bayu Wijayantini, and Rusdiyanto Rusdiyanto, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember," *National Multidisciplinary Sciences* 1, no. 3 (2022): h.502.

³² Sri Fuji Astuti, Program Studi Perbankan Syariah., "Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Bank Syariah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking" (2020).

signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*.³³ Penelitian Rezky Sulkarnain menguatkan bahwa persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*.³⁴ Sedangkan penelitian Fitria Styarini menunjukkan hasil yang berbeda bahwa persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*.³⁵ Penelitian AY Kurniaputra menguatkan bahwa persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*.³⁶

Salah satu faktor penentu dalam pemasaran perbankan syariah yaitu teknologi. Teknologi memiliki peranan yang sangat penting dalam meraih suatu pelanggan. Apabila semakin mudah informasi mengenai suatu produk didapat akan semakin meningkat pula peluang untuk meraih pelanggan dan akan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan suatu produk. Bagi nasabah, keputusan untuk menggunakan layanan jelas didasari oleh banyak pertimbangan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan salah satu teori pendekatan untuk menjelaskan suatu penerimaan individu terhadap keputusan menggunakan sistem teknologi salah satunya terkait dengan *Mobile Banking*, yaitu model TAM (*Tehnology Accptance Model*). TAM digunakan untuk mengetahui dan mengidentifikasi, bagaimana perilaku nasabah dalam penerimaan teknologi informasi yang dikembangkan oleh Davis 1989. TAM telah diakui sebagai model yang kuat untuk mengetahui dan memprediksi penerimaan individu terhadap teknologi. Artinya

³³ Muhammad Radinal Mubarak, Program Studi et al., “Pengaruh Perceived Usefulness , Perceived Easy of Use , Perceived Risk , Dan Perceived Compatibility Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BSI” (2022).h.80

³⁴ Rezky Sulkarnain, Dirwan dan Nurkhalik WA Pengaruh Kemudahan, Manfaat D A N Resiko, and S A M Ratulangi, “NMaR” 3 (2022): h.618.

³⁵ Fitria Styarini and Sulis Riptiono, “Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk Dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank BRI Di Kantor Cabang Kebumen)” vol.2, no. 4 (2020): h.677.

³⁶ Kurniaputra and Nurhadi, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bri Di Surabaya.”h.199.

bagaimana seseorang atau pengguna datang untuk menerima dan menggunakan suatu teori sistem informasi. Dalam teori perilaku ini, nasabah adalah masyarakat cenderung memilih barang atau jasa yang diberikan nilai paling tinggi dan menguntungkan untuk mereka gunakan sebagai penetapan penggunaan.

Berdasarkan permasalahan diatas terkait minimnya nasabah BSI KCP Gubug yang menggunakan layanan *Mobile Banking*, peneliti ingin mengetahui persepsi mana yang menjadikan nasabah memutuskan menggunakan mobile banking BSI dan persepsi mana yang paling mempengaruhi mereka dalam memutuskan menggunakan mobile banking. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti memilih objek BSI KCP Gubug sebagai tempat peneliti dan tertarik melakukan penelitian mengenai “PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING BSI (BANK SYARIAH INDONESIA) (Studi Kasus Nasabah BSI KCP GUBUG)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi manfaat dapat berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI pada BSI KCP Gubug?
2. Apakah persepsi kemudahan dapat berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI pada BSI KCP Gubug?
3. Apakah persepsi resiko dapat berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI pada BSI KCP Gubug?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI pada BSI KCP Gubug.
2. Untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI pada BSI KCP Gubug.
3. Untuk menguji pengaruh persepsi resiko terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI pada BSI KCP Gubug.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di peroleh dari peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
Dengan adanya penelitian ini , agar dapat menambah wawasan dan pengetahuan di bidang perbankan syariah.
2. Bagi Pembaca
Dengan adanya penelitian ini, untuk menambah pengetahuan tentang minat nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI..
3. Bagi Perbankan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan terkait peningkatan minat nasabah dalam menggunakan mobile banking pada Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk Bank Syariah Indonesia KCP Gubug.
4. Bagi Akademik
Dengan adanya penelitian ini, bisa dijadikan bahan saran dan masukan bagi akademis sehingga dapat dijadikan bahan untuk penelitian dan sebagai bahan perbandingan penelitian yang sama dengan tempat yang berbeda serta menjadi salah satu referensi bagi kepentingan akademis.

5. Bagi Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat membagikan pengetahuan dan informasi untuk masyarakat umum sebagai acuan calon nasabah dalam memilih suatu bank.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman, penjelasan dan penelaahan bahasan pokok permasalahan yang akan dibahas maka, skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menurut penjelasan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian manfaat penelitian beserta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini akan memuat teori dasar yang digunakan dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan juga hipotesis penelitian. Adapun teori yang mendasari penelitian ini meliputi penjelasan teori tentang persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi resiko dan keputusan menggunakan layanan mobile banking BSI.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan tentang metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, sumber data penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, Teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran serta Teknik dalam analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum terkait bank syariah Indonesia (BSI) KCP Gubug, pembahasan hasil penelitian dan analisis data.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir ini akan menyajikan secara singkat kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan dan juga memuat saran-saran bagi pihak yang berkepentingan untuk pengembangan penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori

1. Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah untuk mengetahui tingkat penerimaan suatu sistem informasi yang diterapkan mengetahui kesediaan individu dalam menggunakan suatu sistem informasi berbasis teknologi. TAM menjadi salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi. TAM memberikan dasar untuk mengetahui pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan dari penggunaannya. Kemudian dibangun oleh dasar teori yang kuat, salah satu kelebihan dari model TAM lainnya dapat menjawab kegalauan pertanyaan dari banyaknya sistem teknologi yang ternyata gagal diterapkan. Hal ini disebabkan oleh penggunaannya yang tidak mempunyai niat (*intention*) untuk menggunakannya.³⁷

Menurut definisi diatas dijelaskan bahwa, manfaat yang dirasakan akan didefinisikan sebagai sejauh mana konsumen percaya bahwa teknologi tertentu akan memfasilitasi proses transaksi. Kemudahan penggunaan yang dirasakan akan didefinisikan sebagai sejauh mana konsumen percaya menggunakan teknologi tertentu akan terasa mudah digunakan tanpa usaha yang besar. Hasil penelitian Sakinah Maulidiyah, secara konsisten berpendapat bahwa ada hubungan positif antara persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan dengan minat menggunakan aplikasi *Mobile Banking*, artinya bahwa teknologi telah diterima oleh masyarakat yang menjadi sampel penelitian tersebut.³⁸

³⁷ Endang Fatmawati, “ Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan:”. *Journal Iqra* Vol. 09 No.01 (2015). h.5

³⁸ Sakinah Maulidiyah, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kesesuaian terhadap keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri Di Surabaya”. (2022). h. 3-4

Technology Acceptance Model (TAM) diawali oleh penelitian yang dilakukan untuk mengetahui dan mengidentifikasi bagaimana penerimaan pengguna menerima aplikasi teknologi informasi. Model ini dikembangkan berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya yaitu pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein tahun 1979 dan dikombinasikan dengan Theory of Planned Behaviour (TPB) yang dilakukan oleh Ajzen tahun 1991. Model TRA dan TPB ini merupakan model yang menjadi landasan dalam memodelkan niat perilaku dan kebiasaan penggunaan teknologi informasi yang diadopsi pada model TAM oleh Davis tahun 1989 yang menjadi rancangan model khususnya dalam memahami niat dari pengguna dan kebiasaan pengguna dalam penerimaan teknologi. TRA berlandaskan pada asumsi bahwa perilaku konsumen berpikir secara rasional dengan mengumpulkan data empiris untuk mengevaluasi bagaimana keberhasilan dalam memprediksi dari perilaku penerimaan pengguna pada teknologi informasi. TAM dapat digunakan untuk menggambarkan bagaimana persepsi resiko mempengaruhi minat atau keinginan untuk keputusan menggunakan layanan teknologi. Teori ini yang menekankan rasionalitas dan perilaku individu, serta keyakinan bahwa target perilaku tidak bergantung pada niat seseorang, tetapi juga pada faktor-faktor lain yang tidak dapat dipengaruhi oleh individu tersebut.³⁹

TAM telah mendapat perhatian substansial dalam literatur sistem informasi karena berfokus pada penggunaan sistem.⁴⁰ TAM juga memiliki instrumen yang handal dengan sifat pengukuran yang baik, teliti dan berdasarkan pengalaman yang telah dilakukan. Hal ini terbukti dapat diterapkan pada berbagai teknologi informasi, termasuk aplikasi *Mobile Banking*. Teori ini berkesinambungan ketika diterapkan pada

³⁹ Deni Wardani, “Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Pemerintah)” (2021).h.18

⁴⁰ Cita Sary Dja’kum, Peer to Peer Lending Against Ease of Business Technology Acceptance Model (TAM) Approach, *Economia: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 10. No 2 (2019), h.226

perilaku konsumen online, karena layanan aplikasi *Mobile Banking* akan dianggap memfasilitasi proses transaksi dan mudah dioperasikan kemungkinan akan diterima oleh pengguna. Tingkat penerimaan teknologi dapat diukur melalui persepsi responden dengan cara menyebarkan kuesioner secara offline.⁴¹

Sebagaimana *Technology Acceptance Model (TAM)*, penggunaan sistem dipengaruhi terutama oleh minat untuk keputusan penggunaannya ada 2 faktor yang mempengaruhinya, yaitu persepsi pengguna tentang manfaat (*perceived usefulness*) dijelaskan sebagai tingkat di mana seseorang berpendapat bahwa menggunakan sistem tentu dapat meningkatkan kinerjanya, Sehingga kepercayaan dan keyakinan pada pengguna pada pihak bank dapat memberikan keyakinan dalam penggunaan *Mobile Banking* dalam meningkatkan produktivitasnya dan kinerja pada pengguna.⁴² Selanjutnya persepsi pengguna terhadap kemudahan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai sejauh mana individu menganggap dalam penggunaan sistem tidak memerlukan upaya apa pun. Dengan demikian *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* saling mempengaruhi, kemudian apabila individu berpikir suatu sistem penggunaannya mudah, artinya sistem tersebut bermanfaat untuk mereka.⁴³ Hal ini menunjukkan sesuai dengan hasil penelitian Davis 1989 bahwa jika persepsi kemudahan dapat menjelaskan alasan pengguna untuk menggunakan sistem dan dapat menjelaskan kalau sistem baru dapat diterima oleh pengguna.

Actual System Use merupakan konsep penggunaan sistem dalam kondisi yang nyata guna untuk mengukur persepsi atau subyektif pada

⁴¹ Mashur Razak, et all, *Analisis faktor yang mempengaruhi adopsi aplikasi pegadaian digital service (PDS) sebagai e-service dengan menggunakan TAM 2*, Journal of management and Business, SEIKO, vol 3, no. 3, 2020, h. 95

⁴² Deni Wardani, "Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Pemerintah)" (2021).h.18

⁴³ Sri Maharsi and Yuliani Mulyadi, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*", Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, Vol. 9 No. 1 (2007): h.18-28.

saat penggunaan teknologi itu terjadi. Dalam penelitian ini, variabel-variabel ini relevan karena aplikasi *Mobile Banking* dianggap inovatif dalam perbankan online, manfaat dan kemudahan erat kaitannya dengan keputusan menggunakan dan keuntungan yang ditawarkan dari aplikasi *Mobile Banking*. Menggunakan mobile banking, menemukan bahwa penggunaan secara berkelanjutan diperkuat saat pengguna melihat adanya kepercayaan (trust), harapan kinerja yang lebih tinggi dan kepuasan sehingga lebih tertarik menggunakan mobile banking.⁴⁴

Faktor penyebab pengalaman sebenarnya berkaitan dengan faktor kedua dari TAM yaitu kemudahan yang dirasa dalam menggunakan teknologi. Menurut Wijaya (2006), kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor sebagai berikut:⁴⁵

- 1) Faktor pertama berkaitan dengan teknologi itu sendiri, dalam hal ini salah satunya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi yang sejenis dimana pengalaman tersebut akan mempengaruhi persepsi pengguna terhadap teknologi.
- 2) Faktor kedua ialah reputasi teknologi tersebut yang berasal dari pengguna. Reputasi yang baik akan menciptakan keyakinan terhadap pengguna lain atas kemudahan penggunaan teknologi yang ditawarkan.
- 3) Faktor ketiga bahwa tersedianya mekanisme support yang handal akan mempengaruhi persepsi pengguna dalam menggunakan teknologi.

Dalam TAM, Davis (1986) menemukan bahwa persepsi terhadap manfaat teknologi juga mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan teknologi tetapi tidak berlaku sebaliknya. Dengan demikian, selama individu merasa bahwa teknologi bermanfaat dalam

⁴⁴ Izza Ashsifa, "Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Penggunaan Mobile Banking Secara Berkelanjutan (Privasi Dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi)," *Jurnal TECHNOBIZ* 3, no. 1 (2020): 25–29.

⁴⁵ Rizki Febriansyah, "Analisis Minat Masyarakat Menggunakan OVO dengan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) di Kota Medan", Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019, h.16.

tugas-tugasnya, maka individu akan berniat untuk menggunakannya terlepas apakah teknologi itu mudah atau tidak mudah digunakan. Untuk mengungkap lebih jauh mengenai saling hubungan antara persepsi terhadap manfaat dan persepsi kemudahan menggunakan teknologi tersebut.⁴⁶ Faktor penerimaan suatu teknologi dipengaruhi oleh pengguna maupun sistem itu sendiri. Dari pengguna bisa berupa aspek kognitif, karakter individu, kepribadian, kekhawatiran individu akan dampak teknologi. Di samping itu, berasal dari sistem dapat berupa jaringan komputer dan keadaan komputernya.

2. Keputusan

a. Pengertian Keputusan

Keputusan (*decision*) secara harfiah berarti pilihan (*choise*). Pilihan yang disebut disini mengacu pada pilihan dari dua kemungkinan atau lebih. Dapat juga dikatakan bahwa itu adalah keputusan yang dibuat setelah pertimbangan yang cermat dalam memilih satu kemungkinan pilihan. Menurut pendapat Gito Sudarmo bahwa keputusan adalah tentang menentukan atau menentukan pilihan yang diperlukan.⁴⁷

Keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen menjadi unsur penting dalam kegiatan pemasaran dan jula beli suatu produk yang perlu diketahui oleh perusahaan, karena perusahaan pada dasarnya tidak mengetahui mengenai apa yang ada dalam pikiran seorang konsumen pada waktu sebelum, sedang, saat dan setelah melakukan pembelian produk tersebut.

Menurut Schiffman dan Kanuk mengemukakan bahwa keputusan adalah tindakan yang diambil oleh konsumen yang ingin

⁴⁶ Rizki Febriansyah, "Analisis Minat Masyarakat Menggunakan OVO dengan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) di Kota Medan", Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019, hlm. 15-16.

⁴⁷ Gitosudarmo Indriyo, Perilaku Keorganisasian, (Yogyakarta: BPFE 2000), hlm 175.

menentukan pilihan jadi konsumen tersebut pasti sudah memiliki dua pilihan atau lebih.⁴⁸ Begitu juga dengan pendapat Ghozali bahwa keputusan adalah sebagai proses dimana pertanyaan atau kesimpulan yang dipertanyakan untuk menjawab satu atau lebih pertanyaan untuk diatasi memberikan pilihan dari beberapa alternatif tertentu. Menurut Kotler dan Amsrong bahwa keputusan adalah tapan dimana konsumen benar-benar membeli atau menggunakan sesuatu.

Terdapat banyak pengaruh konsumen yang mendasari seseorang dalam pengambilan keputusan penggunaan terhadap produk atau merek tertentu. Keputusan pembelian adalah keputusan pembeli tentang merek yang dibeli. Sedangkan adopsi sendiri didefinisikan sebagai keputusan seseorang untuk menjadi pengguna tetap sebuah produk.⁴⁹

Disimpulkan bahwa keputusan menggunakan adalah kecenderungan seseorang untuk tetap menggunakan suatu teknologi tersebut karena ia merasa puas sehingga ia akan merekomendasikannya kepada orang lain. Keputusan nasabah juga merupakan pendapat responden tentang suatu perasaan atau keinginan untuk menentukan pilihan yang telah disediakan dan nantinya akan dilanjutkan dengan tindakan pengambilan keputusan yang diambil dan diterima oleh nasabah untuk menggunakan produk *Mobile Banking*. selain itu dalam penetapan keputusan penggunaan dilakukan terlebih dahulu suatu penilaian dan akhirnya memutuskan pilihan satu alternatif yang dianggap paling menguntungkan sehingga dapat dikatakan menjadi pengguna.

⁴⁸ Vicky Brahma Kumbara, "Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 5 (2021): h.605-606.

⁴⁹ Ziza Ricmala, Program Studi Manajemen., "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Sikap Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bagi Nasabah Bank Mandiri Di Surabaya" (2016). h.3

Penerapan strategi pemasaran yang dapat mempengaruhi para konsumen maupun nasabahnya sehingga membuat suatu keputusan dimana nasabah mempunyai keinginan untuk menggunakan fasilitas layanan *Mobile Banking*. Keputusan nasabah dalam menggunakan layanan fasilitas elektronik banking yaitu *Mobile Banking* dipengaruhi akal pemikiran atas informasi pengetahuan yang didapatkan.⁵⁰

b. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Menurut Fanda Tjiptono dan Anastasia Diana, proses pengambilan keputusan seseorang terbagi menjadi tiga jenis sebagai berikut:⁵¹

1. Pengambilan Keputusan Nominal (Kebiasaan)

Dalam proses pengambilan keputusan ini dapat dibagi menjadi dua subkategori yaitu pembelian loyalitas merek (konsumen membeli karena mereka setia pada produk dan berhubungan pada merek) memiliki keterkaitan emosional terhadap merek dari suatu barang yang dianggap mampu memenuhi kebutuhannya, dan pada akhirnya terjadilah pembelian ulang (repeat order).

2. Pengambilan Keputusan Terbatas

Dalam proses pengambilan keputusan ini seseorang melakukan identifikasi masalah atau kebutuhannya, kemudian mengevaluasi beberapa alternatif produk atau merek berdasarkan pengetahuan diri sendiri.

3. Pengambilan Keputusan Yang Di Perpanjang

Dalam proses pengambilan keputusan ini seseorang menemukan jawaban atas permasalahannya atau kebutuhannya,

⁵⁰ Rian Maulana , Iskandar , Masrura Mailany, “ Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Tehnology Acceptance Model”, Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi, Vol. 2 No. 2 (2018) h.148

⁵¹ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, Pemasaran Esensi dan Aplikasi, Yogyakarta: Andi Offset, 2016.h.61

kemudian menilai konsekuensi dari keputusan mereka berdasarkan pengalaman yang dirasakan.

c. Indikator Keputusan

Menurut Kotler dan Keller terdapat 5 indikator pengambilan keputusan sebagai berikut:⁵²

1. Pengenalan Masalah

Pengenalan masalah pada tahap ini, proses identifikasi masalah dimulai Ketika pengguna dan pembeli dari mulai merasa bahwa mereka mengenali masalah atau kebutuhan. Kebutuhan itu sendiri dapat dirasakan baik adanya rangsangan dari dalam maupun dari luar. Para makerting perlu mengidentifikasi kondisi yang mengarah pada kebutuhan konsumen tertentu. Potensi penggunaan konsumen harus memiliki motivasi pengguna yang lebih besar untuk menjadi pertimbangan serius. Jadi, pendapat nasabah yang menyadari bahwa produk *Mobile Banking* sesuai dengan kebutuhannya.

2. Pencarian Masalah

Pencarian masalah pada tahap ini, konsumen yang permintaannya mulai dibenarkan akan terus mencari informasi yang dari sumber pribadi, komersial, public, teman, keluarga, pengalaman masa lalu tentang sistem atau produk/jasa yang diminatinya. Dengan meneliti mengumpulkan informasi ini, konsumen akan mempelajari brand-brand yang sedang bersaing beserta fitur dari merek dan karakteristiknya merek. Jadi, pendapat nasabah untuk untuk mencari tahu terlebih banyak tentang *Mobile Banking* sehingga nasabah dapat menggunakannya.

⁵² Vicky Brahma Kumbara, "Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 5 (2021): h.606–607.

3. Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif pada tahap ini, konsumen sudah menggunakan informasi yang tersedia untuk menilai merek-merek alternatif dari kelompok pemilihan dan cara menilai merek alternatif bergantung pada masing-masing pengguna diri mereka sendiri dan kondisi penggunaan tertentu. Konsumen dapat menciptakan niat untuk membeli produk yang dibutuhkan atau diinginkan. Dalam hal ini terdapat konsep mengevaluasi alternatif seperti karakteristik produk, tingkat kepentingannya, keyakinan terhadap merek atau brand, kepuasan total produk dan prosedur evaluasi. Jadi, pendapat nasabah untuk mengevaluasi kelebihan dan kekurangan dari produk mobile banking sehingga nasabah dapat menggunakannya.

4. Keputusan Penggunaan/Pembelian

Keputusan penggunaan konsumen pada tahap ini membeli produk atau jasa pilihan mereka sukai. Jadi, pendapat nasabah bahwa menggunakan produk mobile banking merupakan suatu pilihan yang tepat dan yang mereka sukai.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Konsumen lebih menyukai merek yang merupakan bagian dari preferensi. Konsumen ini juga dapat menginspirasi niat untuk membeli merek yang mereka butuhkan. Dalam keputusan pembelian, ada dua faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Faktor pertama adalah sikap orang lain. Sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai orang tersebut. Faktor kedua adalah faktor situasi. Situasi yang tidak terduga dapat muncul dan niat pembelian dapat berubah ketika harga dan manfaat yang diharapkan terwujud. Jadi, pendapat nasabah untuk tetap terus menggunakan mobile banking.

3. Persepsi Manfaat

a. Pengertian Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seorang penggunaan suatu sistem teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Persepsi terhadap kemanfaatan sebagai kemampuan subjektif pengguna di masa yang akan datang di mana dengan menggunakan sistem aplikasi yang spesifik akan meningkatkan kinerja dalam konteks organisasi. Persepsi kemanfaatan merupakan definisi dimana seseorang percaya dengan menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja mereka.

Menurut Cahyo manfaat adalah sebagai keyakinan atau kepercayaan terhadap pandangan seorang pengguna tentang sejauh mana menggunakan sistem pembayaran elektronik dapat meningkatkan kinerjanya. Sejauh mana pengguna menggunakan sistem akan meningkatkan kinerja pekerjaan dan membuatnya menjadi lebih mudah untuk pengguna dalam melakukan tugas sehari-hari.⁵³ Sedangkan menurut Jogiyanto persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.⁵⁴ Ketika nasabah telah menggunakan layanan mobile banking berkali-kali, maka nasabah telah merasakan manfaat dari layanan mobile banking tersebut.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat dapat diartikan pandangan subjektif nasabah mengenai manfaat yang diperoleh oleh nasabah dalam peningkatan kinerja nasabah karena menggunakan *Mobile Banking*. Apabila nasabah

⁵³ Cahyo, W. Y. (2014). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Yogyakarta.h.25

⁵⁴ Ahmad, Bambang Setiyo Pambudi,” Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI),” vol. 8 no. 1 (2014).h.4

sudah menggunakan *Mobile Banking* berkali-kali, maka nasabah sudah merasakan manfaat dari mobile banking. Sikap positif untuk menggunakan mobile banking timbul karena nasabah yakin bahwa mobile banking ini dapat meningkatkan kinerja, produktifitas, keefektifitas dan kehidupan sehari-hari. Maka dapat dikatakan bahwa persepsi manfaat ini mempengaruhi sikap para nasabah terhadap penggunaan mobile banking ini sendiri.

b. Indikator Persepsi Manfaat

Menurut Davis dalam Al Romadloniyah & Priyanto menjelaskan bahwa indikator persepsi manfaat yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi manfaat sebagai berikut.⁵⁵

1. Meningkatkan Kinerja

Penggunaan sistem dapat meningkatkan kinerja individu.

2. Meningkatkan Produktifitas

Penggunaan sistem dapat menambah tingkat produktifitas individu.

3. Meningkatkan Efektifitas

Penggunaan sistem dapat meningkatkan efektifitas dalam pembagian kinerja individu.

4. Bermanfaat

Penggunaan sistem bermanfaat menyeluruh bagi individu.

4. Persepsi Kemudahan

a. Pengertian Persepsi Kemudahan

Menurut Jogiyanto kemudahan didefinisikan sejauh mana individu percaya bahwa dengan menggunakan suatu teknologi tertentu maka akan bebas dari usaha.⁵⁶ Kemudahan yang dirasakan yaitu sejauh mana seseorang percaya jika menggunakan teknologi

⁵⁵ Alifatul Laily Romadloniyah and Dwi Hari Prayitno, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan," *Jurnal Akuntansi* 3, no. 3 (2018): h.703.

⁵⁶ Jogiyanto, *Sistem Teknologi Keperilakuan* (Yogyakarta: Ani, 2007).

informasi adalah hal yang mudah dan tidak mengharapkan banyak upaya untuk penggunaannya.⁵⁷

Ahmad Sari Romadon & R Nurhapsari menyatakan persepsi kemudahan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang menganggap teknologi informasi mudah digunakan dan tidak membutuhkan usaha yang besar dari pihak pengguna. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem sesuai dengan keinginan pengguna.⁵⁸ Hafid N Yudha juga menyatakan bahwa persepsi kemudahan adalah mengacu pada sejauh mana seseorang merasa bahwa menggunakan sistem tertentu akan menghemat kerja fisik dan mental mereka. Kemudahan adalah keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan, mereka akan menggunakannya.⁵⁹

Konsep kemudahan menunjukkan seberapa mudah seseorang menemukan cara untuk menggunakan suatu teknologi informasi dan tidak memerlukan banyak usaha dari pengguna untuk mengoperasikannya.⁶⁰ Artinya, jika *mobile banking* mudah digunakan, maka pengguna akan lebih sering menggunakannya. Dengan kemudahan ini, seseorang dapat meningkatkan transaksi dengan menggunakan layanan *mobile banking*.

Persepsi seseorang berkaitan dengan kemudahan dalam menggunakan layanan *mobile banking* merupakan tingkat dimana seseorang berpikir tidak ada yang salah saat menggunakan sistem layanan *mobile banking*. Persepsi tersebut kemudian berdampak

⁵⁷ Nurdin, "Nurdin, N., Ningrum, R., Bachmid, S., Jalil, A. (2020)." h.36

⁵⁸ Ahmad Sahri Romadon, Risma Nurhapsari, "Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Banking Pada BNI 46 KC Karangayu Semarang Dengan Minat Nasabah Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi" 18, no. 4 (2020). h.137

⁵⁹ M Ikbal, "Penerapan Metode Theory Of Planned Behavior (TPB) Terhadap Respon Pengguna Dalam Pemanfaatan E-Learning Pada UIN Raden Fatah Palembang," *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi* 1, no. 1 (2018). h.3.

⁶⁰ Jogiyanto, *Sistem Teknologi Keperilakuan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2007)

pada perilaku yaitu semakin tinggi persepsi seseorang terhadap kemudahan penggunaan suatu sistem layanan mobile banking, maka semakin tinggi pula tingkat manfaat penggunaan teknologi informasinya.

Padatnya aktifitas perputaran ekonomi berpengaruh pada pelayanan nasabah pada setiap bank. Sebelum munculnya mobile banking, nasabah yang ingin melakukan transaksi harus meluangkan waktu untuk pergi ke layanan ATM atau bank yang ada. Dalam kaitan ini, perbankan telah memperkenalkan fitur-fitur yang akan memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi pribadi dengan menggunakan aplikasi *mobile banking* tanpa harus mengantri. Kemudahan adalah anugerah dari Allah SWT yang diberikan untuk membantu manusia agar selalu rajin beribadah dan mengikuti ajaran agama terutama dalam situasi yang sulit. Sebagaimana Allah SWT berfirman di dalam Q.S Al-Insyirah: 5-6 yaitu:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۝ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۝ ٦

Artinya:

“*Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.*” (QS. Al-Insyirah: 5-6).

Penjelasan ayat diatas menunjukkan bahwa Allah memberikan kemudahan bagi manusia dan tidak menyulitkan mereka. Hal ini sejalan dengan kemudahan akses layanan mobile banking yang disediakan oleh bank. Berkat kemudahan ini, nasabah dapat memiliki lebih banyak waktu dan tenaga untuk melakukan aktifitas lainnya.

Berdaskan penjelasan mengenai persepsi kemudahan teknologi informasi, mobile banking dalam hal ini didefinisikan sebagai mudah dipahami dan digunakan, agar nasabah percaya bahwa *mobile banking* mudah digunakan. *Mobile banking* merupakan salah satu bentuk kemudahan yang ditawarkan oleh bank

kepada nasabahnya seperti tranfer, cek saldo, pembayaran e-commerce, dan lain sebagainya yang cocok untuk dilayani oleh nasabah secara mandiri. Kemudahan melakukan semua layanan perbankan kapanpun dan dimanapun. Dalam konteks ini, mobile banking sebagai teknologi informasi yang akan menghemat waktu dan usaha yang diperlukan untuk mempelajari atau menggunakannya.

b. Indikator Persepsi Kemudahan

Menurut Davis dalam Rithmaya menjelaskan bahwa indikator persepsi kemudahan sebagai berikut.⁶¹

1. Mudah Dipelajari

Pengguna percaya bahwa menggunakan sistem baru dapat dengan mudah dipelajari.

2. Mudah Digunakan

Pengguna percaya bahwa menggunakan sistem yang baru mudah untuk digunakan.

3. Fleksibel

Pengguna percaya bahwa menggunakan sistem yang baru dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

4. Dapat Mengontrol

Pengguna percaya bahwa menggunakan sistem yang baru dapat membagi waktu.

5. Persepsi Resiko (Perceived Risk)

a. Pengertian Persepsi Resiko

Menurut Pavlou risiko yaitu persepsi ketidakpastian dan dampak yang tidak diinginkan dalam melaksanakan aktivitas tertentu.⁶² Risiko adalah suatu keadaan yang dapat atau tidak

⁶¹ Rithmaya, Chitra Laksmi, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking," *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 2016(1) Vol.16. No. 1. .h.164

⁶² Paul Pavlou, "Consumer Intentions to Adopt Electronic Commerce - Incorporating Trust and Risk in the Technology Acceptance Model," *Information Systems Journal* 7 (2001): h.101.

diharapkan dan dapat menimbulkan kerugian atau dampak negatif yang akan mempengaruhi tujuannya. Risiko juga dapat diartikan sebagai pemikiran atau ide subjektif individu tentang ketidakpastian masa depan dan konsekuensi negatif dalam melakukan aktivitasnya.⁶³ Risiko adalah salah satu faktor yang mendukung atau menghambat keputusan seseorang untuk menggunakan teknologi. Risiko muncul dari konsep gagasan yang sifatnya merugikan. Risiko sendiri dapat muncul dari banyak pilihan yang tidak pasti di benak seseorang.

Risiko adalah salah satu faktor yang mendukung atau menghambat keputusan seseorang untuk menggunakan sistem teknologi. Risiko muncul dari gagasan tentang sifat yang merugikan. Risiko adalah sesuatu yang melekat di benak nasabah yang dapat diakibatkan oleh banyaknya pilihan yang tidak dapat ditentukan.

Persepsi risiko menurut Jogiyanto dalam Hafid N Yudha & Jaka Isgiyarta bahwa persepsi risiko adalah persepsi mereka tentang ketidakpastian dan konsekuensi negatif yang tidak diinginkan dari penggunaan suatu sistem tertentu.⁶⁴ Menurut Ram & Sheth dalam Al-Jabri & Sadiq persepsi risiko adalah persepsi yang mengacu pada tingkat risiko saat menggunakan teknologi. Dengan itu bank berusaha untuk meminimalkan risiko, nasabah juga menerima dan memutuskan untuk menggunakan mobile banking.⁶⁵

Dalam menjalankan aktivitas, umat Islam dihadapkan pada ketidakpastian tentang apa yang akan terjadi esok hari. Tidak ada hal dalam hidup ini yang tanpa risiko. Ini adalah perintah Allah SWT.

⁶³ Swara Mahardika Maulida, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology," *Indonesian Journal of Economy* 1, no. 3 (2021): 233–244.

⁶⁴ Hafid Nur Yudha, Ji Prof, and Soedharto Sh, "ANALISIS PENGARUH PERSEPSI NASABAH BANK TERHADAP INTERNET BANKING ADOPTION (Studi Pada Nasabah Perbankan Yang Menggunakan Internet Banking Di Kota Surakarta)" 4 (2015): h.4.

⁶⁵ Al-Jabri, M.Ibrahim and M.Sadiq Sohail,"Mobile Banking adaption : Application of Diffusion of Innovation Theory". *Journal Of Electronic Commerce Research*. Vol.13. No.4. (2012).h.382

Konsep Al-Qur'an mengatakan bahwa setiap orang harus mengetahui bahwa apa yang telah mereka lakukan di masa lalu akan mempengaruhi masa depan mereka. Sebagaimana Allah SWT berfirman di dalam QS. Al-Hasyr: 18 yaitu:

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ۝ ١٨

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan”. (QS. Al-Hasyr: 18)

Setiap orang harus selalu berhati-hati dan mempelajari apa yang mereka gunakan. Dalam hal ini pengguna harus memperhatikan sebaik-baiknya dalam menggunakan layanan mobile banking sehingga untuk menghindari ketidakpastian atau kesesuaian yang mengakibatkan timbulnya risiko. Sesungguhnya, Allah memerintahkan manusia untuk selalu waspada terhadap apa yang telah mereka lakukan dan mempengaruhi mereka di masa depan.

Setiap orang harus berhati-hati dan mengetahui apa yang mereka gunakan. Dalam hal ini, pengguna harus sangat berhati-hati ketika menggunakan Layanan *Mobile Banking* untuk menghindari ketidakpastian atau risiko yang wajar. Sesungguhnya, Allah memerintahkan manusia untuk memperhatikan apa yang mereka lakukan dan apa yang akan terjadi pada mereka di masa depan.

Berdasarkan beberapa definisi yang ada di atas dapat dikatakan bahwa persepsi resiko ialah ketidakpastian yang akan dihadapi oleh nasabah ketika nasabah tidak mampu melihat kemungkinan yang akan terjadi akibat pengambilan keputusan. transaksi menggunakan *mobile banking* beresiko tinggi karena nasabah tidak dapat melakukan transaksi tatap muka dan merasa tidak dapat memastikan bahwa transaksi telah diproses tepat waktu atau tidak. Sebelum menggunakan sistem layanan *mobile banking*,

nasabah harus mempertimbangkan terlebih dahulu berbagai resiko menggunakan layanan *mobile banking*.

b. Indikator Persepsi Resiko

Persepsi risiko adalah risiko yang didapat atas ketidakpastian suatu penggunaan suatu produk. Indikator untuk mengetahui Risiko adalah:⁶⁶

1. Ada resiko tertetu

Ada risiko tertentu yang harus siap ditanggung saat menggunakan layanan *mobile banking*.

2. Mengalami kerugian/kendala

Sistem yang bermasalah hingga kerugian yang dialami oleh penngguna merupakan risiko dari penggunaan suatu teknologi..

3. Pemikiran bahwa beresiko

Pemikiran bahwa berisiko artinya pesepsi nasabah pengguna *mobile banking* terhadap teknologi tersebut seperti merasa aman saat bertransaksi.

6. Mobile Banking

a. Pengertian Mobile Banking

Mobile banking adalah salah satu fasilitas atau layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan mobile banking ini sebagai peluang bagi bank untuk memberikan nilai tambah untuk nasabahnya. *Mobile banking* merupakan layanan perbankan dimana nasabah dapat mendownload aplikasi mobile banking di handpone atau ponsel melalui playstore atau appstore untuk mendukung aktifitas kegiatan perbankan yang lancar dan mudah. Tanpa adanya dukungan dari ponsel dan internet, nasabah tidak akan bisa melakukan transaksi menggunakan mobile banking

⁶⁶ Ulfa Nazirah et al., “Pengaruh Ketersediaan Fitur dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ulee Kareng.” (n.d.). *Journal of Sharia Economics* | Vol. 3 No. 2 2022: h.222.

dan bank tidak dapat mewujudkannya.⁶⁷ Ketika nasabah ingin melakukan transaksi, bank akan membaca jam, tanggal dan hari dimana nasabah tersebut melakukan transaksi. Jika pengguna tidak ingin melakukan transaksi, maka pengguna berhak membatalkan transaksi tersebut.

Mobile banking dapat diakses oleh nasabah perorangan melalui ponsel. Produk layanan *mobile banking* adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui sarana telpon seluler (ponsel). Perkembangan teknologi informasi yang sedemikian pesat sangat mendukung dalam kecepatan dan kemudahan layanan transaksi perbankan terhadap nasabah.⁶⁸

Jika dilihat dari aktivitas finansial yang dilakukan, layanan *mobile banking* lebih banyak digunakan untuk mencari informasi. Bahkan, jumlah aktivitas pencarian informasi bisa tiga kali lipat dibandingkan dengan kegiatan transaksi. Hal ini dikarenakan karakter masyarakat Indonesia yang masih belum percaya akan transaksi menggunakan *mobile banking*, selain itu juga kepercayaan nasabah terhadap resiko keamanan dalam menggunakan *mobile banking* masih kurang sehingga menimbulkan kekhawatiran akan terkena penipuan masih tinggi. Ini salah satu sebab pertumbuhan layanan *mobile banking* cukup lambat.⁶⁹

Menurut Dhitah Luthfiah & Ahmad A.D, mengenai Bank Syariah Indonesia sudah memiliki fasilitas atau layanan digital yang didukung oleh BSI Bernama *BSI Mobile*. *BSI Mobile* adalah layanan

⁶⁷ Syamsul Hadi and Novi Novi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking," *Optimum: Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* 5, no. 1 (2015): h.57.

⁶⁸ Rian Maulana , Iskandar , Masrura Mailany, " Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Tehnology Acceptance Model", *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, Vol. 2 No. 2 (2018) h.147

⁶⁹ Rian Maulana , Iskandar , Masrura Mailany, " Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Tehnology Acceptance Model", *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, Vol. 2 No. 2 (2018) h.147

serbaguna yang diresmikan oleh Bank Syariah Indonesia untuk melakukan transaksi online dengan nasabah. *Mobile banking* bisa melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja harus menggunakan handphone, baik Android maupun iOS disertai jaringan internet.⁷⁰

Menurut prinsip syariah mengenai mobile banking, akad perjanjian mobile banking berdasarkan pada DSN MUI No. 10/DSN-MUI/IV/2000 terkait dengan wakalah, dimana akad ini sesuai dengan syarat sahnya perjanjian dengan terpenuhinya rukun dan syarat akad sebagaimana penggunaan akad wakalah beserta fee atas penggunaan layanan jasanya.⁷¹

b. Fitur dan Layanan BSI Mobile

Gambar 2.1

Fitur dan Layanan BSI Mobile



Sumber: Bankbsi.co.id

Mobile banking ini menjadi salah satu contoh fasilitas yang diberikan perbankan syariah yang dapat mempermudah nasabahnya

⁷⁰ Dhita Lutfiah and Ahmad Amin Dalimunte, “Analysis of the Implementation of BSI Mobile Services on Customer Satisfaction at BSI KCP Medan Pulo Brayan,” *Journal of Indonesian Management (JIM)* 2, no. 2 (2022): h.206.

⁷¹ DSN MUI, “Fatwa DSN MUI Tentang Wakalah,” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689–1699.

dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas kerja. Aplikasi *mobile banking* ini menyesuaikan diri dengan kemampuan para nasabah. Peningkatan fasilitas yang dapat memudahkan nasabah dan memberikan kepuasan bertransaksi pada perusahaan perbankan syariah tidak dapat dilakukan tanpa melibatkan teknologi. *Mobile banking* menjadi salah satu solusi yang dikembangkan oleh perbankan syariah yaitu Bank Syariah Indonesia, agar mudah bertransaksi tanpa harus dating ke bank atau kantor.⁷²

Dapat dilihat dari gambar diatas, hal ini akan berguna dan bermanfaat bagi pengguna layanan *mobile banking*. Nasabah dapat menggunakan layanan *mobile banking* dengan masuk ke menu pengaturan aplikasi yang terinstal di handphone. Nasabah dapat menggunakan fitur-fitur layanan *mobile banking* yang difasilitasi oleh bank kepada nasabah dapat menggunakannya, antara lain sebagai berikut:⁷³

1. Info Rekening

Didalam fitur ini kita dapat melihat pembuktian dari semua pembuktian setelah melakukan transaksi seperti Informasi Saldo, Daftar Mutasi, Informasi Portofolio, Daftar Transaksi Terjadwal, Registrasi Notifikasi dan Registrasi E-Statement.

2. Transfer

Didalam fitur ini kita dapat mengirimkan uang sesama rekening BSI atau rekening bank lain dan juga dilengkapi oleh menu QR Code/QRIS.

3. Bayar/Pembayaran

Didalam fitur ini memiliki kapasitas pembayaran yang diperlukan oleh nasabah seperti PLN Postpaid, PLN Non Taglis,

⁷² Debi Triyanti, Reny Fitriana Kaban, m Iqbal, "Peran Layanan Mobile Banking dalam meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah", *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, Vol. 2, No. 1 (2020). h.182

⁷³ Dhita Lutfiah and Ahmad Amin Dalimunte, "Analysis of the Implementation of BSI Mobile Services on Customer Satisfaction at BSI KCP Medan Pulo Brayan," *Journal of Indonesian Management (JIM)* 2, no. 2 (2022): h.208-209.

Telepon/HP/Telkom Pay, Akademik, Institusi, Tiket, Asuransi, Internet/TV Kabel, e-Commerce, Berbagi-Ziswaf, BPJS, Haji dan Umrah, Penerimaan Negara (MPN), PDAM, Samsat Digital Nasional (SIGNAL), Multi Payment, Perusahaan Gas Negara (PGN), Hasanah Card dan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB).

4. Beli/Pembelian

Didalam fitur ini memberikan pertukaran pembelian untuk berbagai kebutuhan nasabah seperti Voucher HP (XL Pra Bayar, Telkomsel, Tri Pra Baya, Smartfren Pra Bayar dan Indosat Pra Bayar), PLN Prepaid (Beli Token dan Cetak Ulang Token), E-Money (Informasi Saldo, Top Up Saldo dan Update Saldo), Paket Data (Paket Internet Telkomsel, Paket Data Indosat, Paket Data XL dan Paket Data Tri), TOP UP (E-Money, LinkAja, Layanan Syariah LinkAja, Go-Pay, Payten, OVO, ShopeePay, DANA dan Postpay), Streaming Video & Musik (Genflix), Aqiqah (Dompot Dhuafa), SBN (Registrasi, Pemesanan, Early, Rademption, Historis dan Portofolio) dan Kartu Debit OTP.

5. Layanan Islami

Didalam fitur ini dapat memudahkan nasabah untuk mengamalkan islam khususnya seperti Juz Amma, Asmaul Husna, Hikmah dan Kalkulator Qurban untuk nasabah ingin mendapatkan harga pengqurbanan.

6. Berbagi-Ziswaf

Didalam fitur ini dapat memudahkan nasabah untuk berbagi kepada yang membutuhkannya seperti Zakat, Infaq, Wakaf, Warteg Mobile, Jadiberkah.id, Kalkulator Zakat, Kitabisa, Rumah Zakat, BAZNAS, Human Initiative dan Fidyah.

7. E-mas

Didalam fitur ini terdapat memudahkan nasabah membeli E-mas, Gadai E-mas dan Cicil E-mas.

8. Favorit

Didalam fitur ini mempunyai kapasitas untuk menyimpan macam-macam pertukaran yang sering dilakukan oleh nasabah seperti Pembelian, Pembayaran dan Transfer.

9. Tarik Tunai

Didalam fitur ini yang menjadi layanan baru yang menurut BSI Mobile yang untuk menarik uang dari catatan nasabah tanpa menggunakan kartu ATM seperti ATM BSI, Indomaret dan Alfamart.

10. Buka Rekening

Didalam fitur ini Bank Syariah Indonesia menyediakan membuka record lain di web tanpa harus datang ke bank seperti Tabungan Haji Indonesia, Tabungan Easy Mudharabah, Tabungan Easy Wadiah, Tabungan AutoSave dan Deposito.

11. Top Up eWallet

Didalam fitur ini terdapat memberikan pertukaran pembelian untuk kebutuhan nasabah sehari-hari seperti E-Money, LinkAja, Layanan Syariah LinkAja, Go-Pay, Paytren, OVO, ShopeePay, DANA dan Postpay.

12. E-Commerce

Didalam fitur ini terdapat memudahkan nasabah melakukan pembayaran seperti Bukalapak, Tokopedia, Shopee, Doku, BUMDes, Bhinneka dan BliBli.

13. Transaksi Terjadwal

14. Pembiayaan

Didalam fitur ini terdapat layanan Mitraguna.

15. QR Code Indonesian Standard (QRIS)

Didalam fitur ini administrasi pembayaran canggih menggunakan strategi kode QR dari Bank Indonesia (BI). Dengan pemeriksaan bercode yang dapat diakses, nasabah dapat lebih mudah melakukan pertukaran yang berbeda.

16. Jadwal Sholat

Didalam fitur ini terdapat mengingatkan nasabah tentang waktu sholat, masjid terdekat dan arah kiblat yang ditampilkan di suatu tempat oleh nasabah.

17. Cabang ATM

Didalam fitur ini terdapat elemen yang menyediakan data yang berhubungan dengan ATM terdekat dan kantor cabang yang saat ini beroperasi di area nasabah.

18. Informasi/Menu bantuan

Didalam fitur ini dapat memudahkan nasabah Ketika nasabah memiliki bantuan dan masalah bisa menghubungi BSI Call atau BSI Chat dan bisa juga mengunjungi Chat Aisyah.

c. Keunggulan BSI Mobile

Adapun keunggulan yang dimiliki oleh BSI Mobile adalah sebagai berikut:⁷⁴

1. Sahabat Finansial, BSI Mobile memiliki kelebihan dari layanan dan fitur yang tersedia yaitu: transaksi terjadwal sehingga pengguna lebih mudah untuk bertransaksi keuangannya yang tersedia.
2. Sahabat Spiritual, BSI Mobile memudahkan pengguna untuk mengingatkan beribadah dengan layanan islam yang tersedia yaitu: jadwal sholat, arah kiblat, juz amma dan lokasi masjid terdekat.
3. Sahabat Sosial, BSI Mobile dapat memudahkan penggunanya untuk melakukan sedekah bagi orang yang kurang mampu yang disebut dengan fitur ziswaf.

Aplikasi BSI Mobile mampu memudahkan nasabah dalam bertransaksi di Bank Syariah Indonesia, sehingga nasabah tidak perlu menghabiskan banyak waktu tanpa harus dating ke bank

⁷⁴ Bankbsi.co.id, Produk dan layanan, dapat diakses <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/bsi-mobile>

maupun kantor cabang. Dengan ini, aplikasi BSI Mobile tidak secara langsung telah membantu nasabah dan perusahaan.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Muhammad Radial Mubarak (2022) ⁷⁵	Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, Perceived Risk, dan Perceived Compatibility Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BSI	Perceived Usefulness berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking. Perceived Easy of Use berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking. Perceived Risk berpengaruh signifikan terhadap keputusan	Terjadi perbedaan studi kasus lokasi yaitu pada Bank Syariah Indonesia di Tangerang Selatan dan variabel (X) yaitu perceived compatibility.

⁷⁵ Muhammad Radinal Mubarak, Program Studi et al., “Pengaruh Perceived Usefulness , Perceived Easy of Use, Perceived Risk, Dan Perceived Compatibility Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BSI” (2022).h.80

			nasabah dalam menggunakan mobile banking. Perceived Compatibility berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking.	
2	Rezky Sulkarnain, Dirwan, Nurkhalik Wahdaniel Asbara (2022) ⁷⁶	Pengaruh Kemudahan, Manfaat dan Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada PT.Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Sam Ratulangi	Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking. Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking.	Terjadi perbedaan studi kasus di lokasi yaitu pada PT.bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Sam Ratulangi.

⁷⁶ Rezky Sulkarnain, Dirwan dan Nurkhalik Wahdaniel Asbara, "Pengaruh Kemudahan, Manfaat dan Resiko Terhadap keputusan nasabah menggunakan Mobile Banking Pada PT.Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Sam Ratulangi", *Journal Nobel Management*, Vol. 3, No. 3 (2022): h. 608-621.

			Persepsi resiko berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking.	
3	Siti Hasanah (2022) ⁷⁷	Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan M-Banking Pada Masa Pandemi Tahun 2020 (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang)	Persepsi kebermanfaatan berpengaruh negative signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan Mandiri Syariah Mobile (MSM). Persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan Mandiri Syariah Mobile (MSM). Risiko berpengaruh	Terjadi perbedaan studi kasus di lokasi yaitu pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang dan variabel (X) yaitu risiko.

⁷⁷ Siti Hasanah, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan M-Banking Pada Masa Pandemi Tahun 2020 (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang). (2022). h.1-73.

			positif signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan Mandiri Syariah Mobile (MSM).	
4	Anik Susanti (2015) ⁷⁸	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking	Persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Persepsi kepercayaan berpengaruh	Terjadi perbedaan pada studi kasus, variabel (X) yaitu persepsi kegunaan, Persepsi Kepercayaan dan variabel (Y) yaitu minat.

⁷⁸ Anik Susanti, "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking", (2015). h.1-72.

			signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking.	
5	Salsabillah Ainun Aini, Bayu Wijayantini, Rusdiyanto (2022) ⁷⁹	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember	Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking Bank Syariah Indonesia cabang Jember. Fitur layanan islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking Bank Syariah	Terjadi perbedaan studi kasus di lokasi yaitu pada Bank Syariah Indonesia Cabang Jember dan variabel (X) yaitu persepsi fitur layanan islami.

⁷⁹ Aini, Wijayantini, and Rusdiyanto, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember." (*Journal National Multidisciplinary Sciences* (2022) Vol. 1 No 3 : h. 493-503.

			Indonesia cabang Jember.	
6	Nisa Ayu Purwati (2018) ⁸⁰	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh).	Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan mobile banking. Persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan mobile banking. Persepsi keamanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan mobile banking.	Terjadi perbedaan studi kasus di lokasi yaitu pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh, variabel (X) yaitu Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, persepsi biaya dan kepatuhan syariah dan variabel (Y) yaitu minat.

⁸⁰ Nisa Ayu Purwati, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Syariah," *Pembagian Harta Waris Dalam Adat Tionghoa Di Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang* 1, no. 14 June 2018 (2018): 1–13, <https://core.ac.uk/download/pdf/11715904.pdf>. h.1-100.

			<p>Persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan mobile banking.</p> <p>Persepsi biaya berpengaruh negative namun tidak signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan mobile banking.</p> <p>Kepatuhan syariah berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan mobile banking.</p>	
7	Andria Yudi Kurniaputra, Mochamad	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko dan Manfaat Terhadap Keputusan	Persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan untuk	Terjadi perbedaan studi kasus yaitu pada nasabah BRI di cabang Surabaya Kaliasin, Cabang Kusuma Bangsa

	Nurhadi (2018) ⁸¹	Nasabah Menggunakan Mobile Banking BRI	menggunakan mobile banking. Persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan mobile banking.	dan Cabang Jemursari.
8	Rita J.D. Atarwaman (2022) ⁸²	Pengaruh Persepsi Resiko, Kegunaan, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking di Kota Ambon	Persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking. Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking. Persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking.	Terjadi perbedaan studi kasus dilokasi yaitu di Kota Ambon, variable (X) yaitu kegunaan dan kepercayaan variable (Y) yaitu sikap.

⁸¹ Kurniaputra and Nurhadi, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bri Di Surabaya." (*Journal of Business and Banking* (2018) Vol. 8 No.1 : h.109-120.

⁸² Rita J.D. Atarwaman, "Pengaruh Persepsi Resiko, Kegunaan, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking Di Kota Ambon," (*E-QIEN Jurnal Ekonomi dan Bisnis*) Vol. 10, No. 2 (2022): h.281-290.

			Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking.	
9	Sakina Maulidiyah (2017) ⁸³	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri Di Surabaya	Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan mobile banking. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan mobile banking. Kesesuaian tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan	Terjadinya perbedaan studi kasus di lokasi yaitu pada Bank Mandiri di Surabaya dan variabel (X) yaitu kesesuaian.

⁸³ Sakinah Maulidiyah, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri Di Surabaya," (Artikel Ilmiah). 2017. h.1-15.

			menggunakan mobile banking.	
10	Ahmad Toufiq Syahniar, Toni Herlambang, Ira Puspitadewi S (2022) ⁸⁴	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jember Sudirman.	Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking.	Terjadinya perbedaan di studi kasus di lokasi yaitu pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jember Sudirman dan variabel (Y) yaitu kepuasan.
11	Nadila T. Oktapiani Sinulingga (2022) ⁸⁵	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan	Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan	Terjadinya perbedaan studi kasus pada PT. Bank Syariah

⁸⁴ Ahmad Toufiq Syahniar, Toni Herlambang dan Ira Puspitadewi S, “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jember Sudirman.” (Journal *المجلة المصرية لعلم النفس والإرشادى الإكلينيكي والإرشادى* (2022) Vol. 10 No.1 : h.1-52.

⁸⁵ Nadila T. Oktapiani Sinulingga, Program Studi Perbankan Syariah., “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan

		Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada PT.Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik di Masa Pandemi Covid-19.	terhadap keputusan menggunakan mobile banking. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan mobile banking. Kredibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan mobile banking.	Indonesia Tbk KC Medan Adam Malik dan variabel (X) yaitu kreadibilitas.
12	Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bachmid, Abdul Jalil (2020) ⁸⁶	Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah	Manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking.	Terjadinya perbedaan studi kasus di lokasi yaitu pada Bank Mega Syariah Cabang Palu dan variabel (X) yaitu manfaat,

Mobile Banking Pada PT.Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik Di Masa Pandemi Covid-19” (2022). h.1-103

⁸⁶ Nurdin, “Nurdin, N., Ningrum, R., Bachmid, S., Jalil, A. "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank

		Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu.	Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking. Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking.	kemudahan penggunaan dan variabel (Y) yaitu minat.
13	Julistia Wardhani (2022) ⁸⁷	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Tingkat Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Di Kalangan Generasi Y dan Z (Studi Pada	Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking di kalangan Generasi Y dan Z.	Terjadinya perbedaan studi kasus masyarakat kecamatan Medan Sunggal dan variabel (X) yaitu persepsi tingkat keamanan.

Mega Syariah Cabang Palu." (*Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*) Vol. 3 No. 1 (2020). h.31-45.

⁸⁷ Julistia Wardhani, "Pengaruh Persepsi and Kemudahan Dan Persepsi Tingkat Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Di Kalangan Generasi Y dan Z (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal)". (2022) h.1-98.

		Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal).	Tingkat keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking di kalangan Generasi Y dan Z.	
14	Ulfah Nazirah, Farid Fathony Ashal, Akmal Riza (2022) ⁸⁸	Pengaruh Ketersediaan Fitur dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ulee Kareng.	Ketersediaan fitur berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking. Persepsi Risiko tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking.	Terjadi perbedaan studi kasus yaitu pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ulee Kareng, variabel (X) yaitu ketersediaan fitur dan variabel (Y) yaitu minat.

⁸⁸ Ulfah Nazirah et al., "Pengaruh Ketersediaan Fitur dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ulee Kareng." (n.d.). *Journal of Sharia Economics* | Vol. 3 No. 2 2022: h.216-233.

15	Noviana Krisyani Kusumaningtyas, Deni Wardani (2019). ⁸⁹	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Penggunaan Mobile Banking (Studi Penelitian pada Nasabah Bank BUMN).	Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking Bank BUMN. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking Bank BUMN. Kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking Bank BUMN. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan	Terjadi perbedaan studi kasus nasabah Bank BUMN dan variabel (X) yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kualitas informasi dan variabel (Y) yaitu sikap penggunaan.
----	---	---	--	--

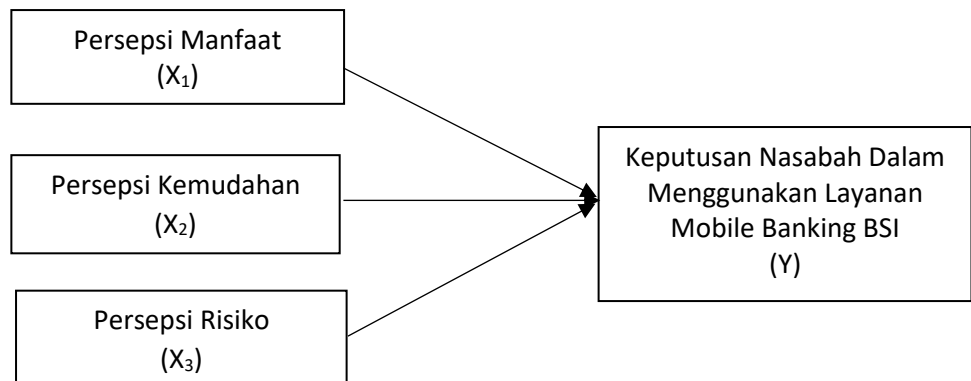
⁸⁹ Noviana Krisyani Kusumaningtyas and Deni Wardani, "Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Penggunaan Mobile Banking (Studi Penelitian Pada Nasabah Bank BUMN)". (*Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*) Vol 5, No. 2 Agustus 2019: h. 64-72

			mobile banking Bank BUMN.	
--	--	--	------------------------------	--

C. Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran mengacu pada tinjauan Pustaka yang tertera diatas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 2.2 Model Kerangka Pemikiran



Dari skema yang digambarkan bahwa variabel independent dalam penelitian ini adalah persepsi manfaat (X_1), persepsi kemudahan (X_2) dan persepsi resiko (X_3) dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking BSI (Y).

D. Hipotesis

Hipotesis adalah berupa pernyataan antara variabel dengan variabel yang bersifat sementara dan sifat dugaan atau masih lemah. Berdasarkan

penelitian yang telah diteliti maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking

Persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya akan manfaat yang timbul menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Menurut Wibowo menjelaskan bahwa persepsi kebermanfaatan merupakan suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya.⁹⁰ Hal ini didukung oleh beberapa penelitian Rezky Sulkarnain⁹¹, Nadila T Oktapiani⁹² dan A Y Kurniaputra⁹³ yang menghasilkan bahwa pengaruh persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking. Maka dapat ditulis hipotesisnya sebagai berikut:

H1 : Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking

Persepsi kemudahan adalah tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi ini hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang besar, hemat biaya dan waktu sehingga memudahkan aktivitas penggunaannya. Oleh karena itu, apabila jasa yang diberikan teknologi dipersepsikan mudah digunakan oleh para pengguna, maka

⁹⁰ Irwan Tirtana and Shinta Permata Sari, "Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking," *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Paper Program Studi Akuntansi-FEB UMS* 25 (2014): h.675.

⁹¹ Rezky Sulkarnain, Dirwan dan Nurkhalik WA Pengaruh Kemudahan, Manfaat D A N Resiko, and S A M Ratulangi, "NMaR" 3 (2022): h.618.

⁹² Nadila T. Oktapiani Sinulingga, Program Studi Perbankan Syariah., "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada PT.Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik Di Masa Pandemi Covid-19" (2022).h.73

⁹³ Kurniaputra and Nurhadi, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bri Di Surabaya."h.119

akan mendorong para pengguna untuk menerima atau menggunakan teknologi.⁹⁴ Hal ini di dukung oleh beberapa penelitian Dirwan⁹⁵, Siti Hasanah⁹⁶ dan Julistia Wardhani⁹⁷ bahwa pengaruh persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking. Maka dapat ditulis hipotesisnya sebagai berikut:

H2: Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking

3. Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking

Persepsi risiko adalah anggapan subyektif dari konsumen mengenai tinggi rendahnya tingkat risiko yang akan mereka terima ketika menggunakan suatu produk.⁹⁸ Persepsi risiko menurut Jogiyanto dalam Hafid N Yudha & Jaka Isgiyarta bahwa persepsi risiko adalah persepsi mereka tentang ketidakpastian dan konsekuensi negatif yang tidak diinginkan dari penggunaan suatu sistem tertentu. Hal ini didukung oleh beberapa penelitian Rezky Sulkarnain⁹⁹, M Radinal Mubarak¹⁰⁰ dan Arif Pribadi¹⁰¹ bahwa pengaruh persepsi risiko

⁹⁴ Irwan Tirtana and Shinta Permata Sari, "Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking," *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Paper Program Studi Akuntansi-FEB UMS 25* (2014): h.675.

⁹⁵ Dirwan, Manfaat Manfaat Kenyamanan, "Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dari Sisi Abstrak" 5, no. c (n.d.): 323–332.5, h.331

⁹⁶ Siti Hasanah, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan M-Banking Pada Masa Pandemi Tahun 2020 (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang). (2022). h.73.

⁹⁷ Julistia Wardhani, "Pengaruh Persepsi and Kemudahan Dan Persepsi Tingkat Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Di Kalangan Generasi Y dan Z (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal)". (2022) h.88.

⁹⁸ Fitria Styarini and Sulis Riptiono, "Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk Dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank BRI Di Kantor Cabang Kebumen)." *Journal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis & Akuntansi*, Vol. 2 No 4. h.673

⁹⁹ Rezky Sulkarnain, Dirwan dan Nurkhalik WA Pengaruh Kemudahan, Manfaat D A N Resiko, and S A M Ratulangi, "NMaR" 3 (2022): h.618.

¹⁰⁰ Muhammad Radinal Mubarak, Studi et al., "Pengaruh Perceived Usefulness , Perceived Easy of Use , Perceived Risk , Dan Perceived Compatibility Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BSI."h.80

¹⁰¹ Arif Pribadi and Rachmat Gunawan, "Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi Kasus Bri Syariah Pusat)," *Jurnal Visionida* 6, no. 2 (2020): 64.

berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking. Maka dapat ditulis hipotesisnya sebagai berikut:

H2: Persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian penulis ini menerapkan jenis penelitian kuantitatif. Data kuantitatif adalah data atau informasi yang diperoleh dengan berbentuk angka, kemudian angka tersebut akan diolah dengan menggunakan rumus statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ada pada penelitian.¹⁰²

Kegiatan penelitian ini dilakukan secara langsung dilapangan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan. Pada penelitian ini, peneliti bermaksud demi mendapatkan informasi mengenai Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking BSI. Peneliti bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen yang terdapat pada peneliti. Hubungan yang dijelaskan yaitu hubungan variabel persepsi manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Persepsi Resiko (X3) dan Keputusan Menggunakan (Y).

B. Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang sumbernya berasal melalui tangan pertama yang diperoleh langsung oleh peneliti (tanpa perantara) melalui individu tau kelompok. Jadi data primer adalah data yang diambil secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama¹⁰³ Penulis mengumpulkan data primer dengan menggunakan teknik pengumpulan data koersioner (angket). Kuesioner adalah survei yang dilakukan dalam rangka pengumpulan data dari responden yang memuat kumpulan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti. Sumber data primer pada penelitian ini yaitu nasabah bank syariah Indonesia KCP Gubug.

¹⁰² Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, edisi 2, 2019, Bandung: Alfabeta. h. 16.

¹⁰³ Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi Kebijakan Publik Serta Ilmuilmu Sosial Lainnya, 2010, Jakarta: K. h. 132.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang ditemukan langsung peneliti dari sumber kedua, melainkan didapatkan melalui pihak seperti buku, artikel atau jurnal serta literatur lainnya terkait dengan masalah penelitian ini yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi resiko dan keputusan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.¹⁰⁴

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan objek penelitian dimana kegiatan dilakukan. Penentuan lokasi penelitian dimaksudkan untuk mempermudah atau memperjelas lokasi menjadi sasaran dalam penelitian. Lokasi penelitian ini yaitu PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Gubug. Jl. Bhayangkara No. 33, Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah, 58164, Indonesia. Alasan penulis memilih lokasi tersebut karena pengguna mobile banking di Bank Syariah Indonesia di KCP Gubug ini sangat rendah, melainkan nasabah lebih intens bertransaksi langsung ke bank.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah area generalisasi yang berisi atas : objek / subyek yang memiliki kuantitas atau spesifik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipahami untuk kemudiann ditarik kesimpulannya.¹⁰⁵ Populasi pada penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia KCP Gubug yang berjumlah 1.125 nasabah.¹⁰⁶ Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Gubug dipilih sebagai populasi ini terutama karena nasabah menggunakan *Handphone* Android tetapi tidak menggunakan Aplikasi

¹⁰⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi Kebijakan Publik Serta Ilmuilmu Sosial Lainnya*, 2010, Jakarta: Kencana. h. 132.

¹⁰⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, 2019, Bandung : Alfabeta. h. 126.

¹⁰⁶ Wawancara dengan pihak BSI KCP Gubug, tanggal 26 Januari 2023 di BSI KCP Gubug.

Mobile Banking BSI, sehingga nasabah BSI KCP Gubug merupakan nasabah yang memiliki pengaruh penting kepada layanan *Mobile Banking*.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.¹⁰⁷ Penelitian ini mengambil sampel pada nasabah BSI KCP Gubug yang beridentitaskan seperti nama, jenis kelamin, umur, Pendidikan dan pekerjaan. Teknik yang peneliti gunakan adalah *purposive sampling*. Teknik ini digunakan dengan cara mempertimbangkan kriteria tertentu yang akan menentukan sampel penelitian. Adapun yang digunakan sebagai kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini adalah:

- a. Nasabah KCP Gubug
- b. Usia Minimal 18 tahun
- c. Menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia

Untuk menentukan jumlah sampel, maka peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

- n : Ukuran sampel
N : Ukuran populasi
e : Tingkat kesalahan (error) 10%

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

¹⁰⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, edisi 2, 2019, Bandung: Alfabeta. h. 69.

$$n = \frac{1.247}{1 + 1.247 \cdot (10)^2}$$

$$n = \frac{1.247}{1 + 12,47 \cdot (0.1)^2}$$

$$n = \frac{1.247}{1 + 12,47}$$

$$n = \frac{1.247}{13,47} = 92,57 \text{ maka di genapkan menjadi } 95 \text{ responden}$$

Berdasarkan data yang diperoleh dari BSI KCP Gubug keseluruhan pengguna mobile banking BSI sejumlah 1.247 orang.¹⁰⁸ Maka peneliti ini mengambil sampel sebanyak 92,47 nasabah yang digenapkan menjadi 95 nasabah dari jumlah keseluruhan pengguna *mobile banking* di BSI KCP Gubug.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu proses percakapan antara pewawancara dengan narasumber yang dilakukan untuk tujuan tertentu, dengan pedoman, dimana dilakukan baik bertatap mukan atau melalui alat komunikasi tertentu.¹⁰⁹ Dalam penelitian ini akan dilakukan wawancara staff BSI KCP Gubug dan juga sebagian nasabah BSI KCP Gubug.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan cara memberi serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos maupun internet.¹¹⁰ Kuesioner tersebut digunakan untuk

¹⁰⁸ Wawancara dengan pihak BSI KCP Gubug, tanggal 26 Januari 2023 di BSI KCP Gubug.

¹⁰⁹ Fandi Rosi Sarwo Edi, Teori Wawancara Psikodignostik. Yogyakarta: LeutikaPrio, 2016, h.3.

¹¹⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, edisi 2, 2019, Bandung: Alfabeta. h. 199.

mengumpulkan data primer. Dalam penelitian ini pertanyaan atau pernyataan kuesioner berkaitan dengan persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi resiko terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* BSI (Bank Syariah Indonesia) yang diberikan kepada responden melalui media tertulis. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah BSI KCP Gubug yang menggunakan *mobile banking* BSI.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa buku, website dan jurnal lain sebagainya¹¹¹ yang berkaitan dengan penelitian ini.

F. Teknik Pengukuran

Teknik pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Dengan menggunakan skala likert variabel akan dijabarkan menjadi indikator variabel sebagai tolak ukur dalam Menyusun instrument untuk dijadikan berupa pertanyaan dan pernyataan pada kuesioner.¹¹² Ada beberapa perhitungan skala likert pada penelitian ini:

Tabel 3.1 Tingkatan Pengukuran Skala Likert

Indikator	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Cukup Setuju (CS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

¹¹¹ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h.37.

¹¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, 2017, Bandung: Alfabeta. h. 146.

G. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependen). Variabel independent atau variabel bebas merupakan variabel yang dapat dipengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau munculnya variabel dependen. Variabel independent dalam penelitian ini adalah Persepsi manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Persepsi Resiko (X3). Sedangkan variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas,¹¹³ maka dalam penelitian ini variabel dependen adalah keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* BSI (Bank Syariah Indonesia).

Operasional variabel perlu dijabarkan untuk menjelaskan variabel penelitian ke dalam konsep indikator. Operasional variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Persepsi Manfaat (X1)	Persepsi manfaat atau perceived usefulness adalah suatu tingkat pengukuran seorang individu dimana besar penggunaan pada suatu teknologi	1. Meningkatkan Kinerja 2. Meningkatkan Produktivitas 3. Meningkatkan Efektifitas 4. Bermanfaat ¹¹⁵	Skala Likert

¹¹³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, edisi 2, 2019, Bandung: Alfabeta. h. 69.

¹¹⁵ Alifatul Laily Romadloniyah and Dwi Hari Prayitno, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan... h.11-12.

	dipercayai dapat memberikan manfaat bagi pengguna untuk meningkatkan kinerja dan prestasi kerja individu. ¹¹⁴		
Persepsi Kemudahan (X2)	Persepsi kemudahan atau perceived ease of use adalah tingkat kepercayaan atau keyakinan seseorang bahwasannya dalam menggunakan sistem teknologi ini tidak perlu menggunakan tenaga yang keras juga lebih mudah digunakan. ¹¹⁶	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dipelajari 2. Mudah digunakan 3. Fleksibel 4. Dapat mengontrol pekerjaan¹¹⁷ 	Skala Likert

¹¹⁴ Cahyo, W. Y. (2014). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Yogyakarta.

¹¹⁶ Ahmad Sahri Romadon, Risma Nurhapsari, "Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Banking Pada BNI 46 KC Karangayu Semarang Dengan Minat Nasabah Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi" 18, no. 4 (2020). h.137

¹¹⁷ Rithmaya, Chitra Laksmi, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking," *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 2016(1) Vol.16. No. 1. h.41

Persepsi Resiko (X3)	Persepsi resiko atau perceived risk adalah perspektif subjektif mereka tentang ketidakpastian dan dampak negatif dari terlibat dalam aktivitas tertentu. ¹¹⁸	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya resiko tertentu 2. Mengalami kerugian/kendala 3. Pemikiran bahwa resiko¹¹⁹ 	Skala Likert
Keputusan menggunakan mobile banking BSI (Y)	keputusan adalah tindakan yang diambil oleh konsumen yang ingin menentukan pilihan menjadi konsumen tersebut pasti sudah memiliki dua pilihan atau lebih. ¹²⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Masalah 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Penggunaan/ Pembelian 5. Perilaku Pasca Pembelian¹²¹ 	Skala Likert

¹¹⁸ Fitria Styarini and Sulis Riptiono, "Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk Dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank BRI Di Kantor Cabang Kebumen)." *Journal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis & Akuntansi*, Vol. 2 No 4. h.673

¹¹⁹ Ulfa Nazirah et al., "Pengaruh Ketersediaan Fitur dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ulee Kareng." (n.d.). *Journal of Sharia Economics* Vol. 3 No. 2 2022: h.222.

¹²⁰ Vicky Brahma Kumbara, "Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 5 (2021): h.605-606.

¹²¹ Vicky Brahma Kumbara, "Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 5 (2021): h.607.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan aktifitas yang dilakukan oleh peneliti setelah semua data terkumpul dari semua keseluruhan responden maupun dari sumber data yang lain. Program yang digunakan untuk menganalisis data penelitian ini yaitu menggunakan program software statistic SPSS. Hal ini akan mempermudah peneliti dalam mengetahui pengaruh hubungan satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas. Serta dapat mengetahui hipotesis yang peneliti ajukan apakah ditolak atau diterima. Penelitian ini akan diperiksa menggunakan sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah suatu metode analisis dimana data yang dikumpulkan, diklarifikasikan, dianalisis dan interprestasikan secara objektif sehingga memberikan informasi dan gambaran mengenai topik yang dibahas.¹²²

2. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan instrument penelitian. Pengujian validitas ini mengacu pada sejauh mana suatu instrumen dalam menjalankan fungsinya. Instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang diukur. Instrumen yang valid mengartikan bahwa alat ukur yang digunakan mendapatkan hasil data yang valid atau mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, intrumen yang kurang valid berarti validitas rendah. Uji validitas digunakan sebagai pengukur valid tidaknya kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini. Uji validitas alangkah baiknya dilakukan di tiap pelrtanyaan. Dalam mencari nilai r tabel delngan tingkat toleransi kesalahan 5% (0,05) dan $df = n - 2$. Dasar dalam pengambilan keputusan uji

¹²² Ricky Yuliardi dan Zuli N, "Statistik Penelitian Plus Totarial SPSS", Yogyakarta : Innosaim 2017, hal.133.

validitas adalah perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} , dimana :¹²³

- 1) Apabila r_{hitung} memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} maka kuesioner dinyatakan valid.
- 2) Apabila r_{hitung} memiliki nilai lebih kecil dari r_{tabel} maka kuesioner dinyatakan tidak valid.

b. Uji Rehabilitas

Uji reabilitas adalah alat ukur yang digunakan untuk menakar suatu kuesioner sebagai indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dinyatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden pada pernyataan ialah konsisten atau stabil seterusnya. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan variabel, jika $\text{Alpha} > 0,60$ maka reliabel dan jika koefisien Cronbach Alpha yang $< 0,60$ maka butir pertanyaan variabel tersebut tidak reliabel.¹²⁴

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah pengujian untuk mengukur apakah data yang didapatkan berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal. Artinya distribusi data tersebut harus tidak melenceng kekiri maupun kekanan. Pada Penelitian ini uji yang digunakan adalah Kolmogorov-Smirnov. Dalam menyimpulkan hasil normalitas digunakan tingkat signifikansi sebagai berikut :¹²⁵

- 1) Jika nilai probability signifikan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.

¹²³ Duwi Priyatno, Pahami Analisa Statistik Data dengan SPSS, Yogyakarta: Media Kom, 2010, hal. 90.

¹²⁴ Ricky Yulardi dan Zuli N, "Statistik Penelitian Plus Tutorial SPSS", Yogyakarta: Innosaim 2017, hal.113.

¹²⁵ Ricky Yulardi dan Zuli N, "Statistik Penelitian Plus Tutorial SPSS", Yogyakarta: Innosaim 2017, hal.177.

- 2) Jika nilai probability signifikan $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk menguji suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antara variabel independen dan bebas dari gejala multikolinearitas. Pengujian multikolinearitas dilihat dari nilai Variance Inflation Factors (VIF). Data dengan nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance $>$ dari 0,10 (0,1) maka hal tersebut dapat dipastikan terbebas dari adanya gejala multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai VIF lebih dari 10 dan nilai tolerance $<$ dari 0,10 (0,1) maka dipastikan terjadi gejala Multikolinearitas.¹²⁶

c. Uji heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas adalah regresi linier sederhana mesyaratkan pemenuhan asumsi homokedastisitas (homogenitas varian) yaitu varian dari residual (error/e) bersifat konstan. Jika pada kenyataannya varian error/e tidak konstan maka yakni membesar atau mengecil pada nilai X, maka keadaan tersebut dikatakan heterokedastisitas. Sebaliknya, jika varian error/e bersifat konstan maka terjadi homokedastisitas. Untuk mengetahui terjadi heterokedastisitas kita dapat membaca melalui pola yang terbentuk pada gambar scatterplot antara SRESID dan ZPRED. Jika tidak terjadi heterokedastisitas maka titik-titik akan menyebar diatas dan dibawah atau berada di sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul disatu tempat, penyebaran titik-titik data tidak boleh

¹²⁶ Ricky Yulardi dan Zuli N, "Statistik Penelitian Plus Tutorial SPSS", Yogyakarta: Innosaim 2017, hal.121.

membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar Kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.¹²⁷

Kemudian, alternatif lain untuk melihat adanya gejala ini yaitu dengan melakukan uji Glejser yakni dengan melakukan regresi nilai residual dengan variabel independen ke dalam model regresi, dan Spearman's Rank Correlations Test. Apabila didapat nilai signifikansi pada variabel independen lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya jika nilai signifikansinya < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh satu atau lebih variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Perumusan model analisis regresi yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

- Y : Keputusan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking BSI
- a : Konstanta
- X1 : Persepsi Manfaat
- X2 : Persepsi Kemudahan
- X3 : Persepsi Resiko
- e : Error
- β : Koefisien

5. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

¹²⁷ Asep Saepul Hamdi dan E Bahrudin, "Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan, Ed 1, Cet1, Yogyakarta: CV Budi Utama 2014, h. 129.

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil dari uji F bisa diketahui melalui output ANOVA dari hasil analisis berganda. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%. Dalam rangka menentukan hipotesis apakah diterima atau ditolak yaitu dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan F tabel sebagai berikut:¹²⁸

- 1) Apabila nilai F hitung $<$ dari F tabel, maka tidak terdapat pengaruh pada variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).
- 2) Apabila nilai F hitung $>$ dari F tabel, maka terdapat pengaruh antara variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Hipotesis akan di uji dengan tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,5 ($\alpha=5\%$). Dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:¹²⁹

- 1) Apabila nilai t hitung $<$ dari t tabel, maka secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel independent (X) dengan variabel dependen (Y).
- 2) Apabila t hitung $>$ t tabel , maka secara parsial ada pengaruh antara variabel independent (X) dengan variabel dependen (Y).

¹²⁸ Duwi Priyatno, Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS, Yogyakarta: Media Kom, 2010, h.56.

¹²⁹ Duwi Priyatno, Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS, Yogyakarta: Media Kom, 2010, hal. 68.

c. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinansi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkatan hubungan antar variabel X dan variabel Y. Analisis determinan digunakan untuk mengetahui besarnya presentase (%) pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat $R=0$, maka tidak ada sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat atau variabel bebas yang digunakan dalam model sama sekali tidak menjelaskan variabel terikat. Sebaliknya, jika $R=1$ maka persentase pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sempurna atau variabel bebas yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variabel terikat.¹³⁰

¹³⁰ Agus Widarjono, Analisis Multivariat Terapan dengan Program SPSS, AMOS, dan SMARTPLS, Yogyakarta :UPP STIM YKPN, Ed 2, 2015, hal. 18

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Umum Bank Syariah Indonesia

Salah satu Bank Umum Syariah (BUS) berada di Jl. Bhayangkara No. 33, Gubug, Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah yaitu Bank Mandiri Syariah KCP Gubug. Pada tahun 2020 berawal dari PT Bank Syariah Mandiri serta berdasarkan izin Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No.1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Kemudian pada tanggal 1 November 1999 semua PT Bank Syariah Mandiri secara keseluruhan resmi dan mulai beroperasi berdasarkan prinsip syariah Islam atau Syariah dan Bank Syariah Mandiri KCP Gubug beroperasi pada tahun 2020.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memajukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan dari Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di dunia perbankan Indonesia menuju yang lebih baik.

PT. Bank Syariah Mandiri memakai sistem bagi hasil (Profit and loss sharing) Ketika pemilik modal (surplus spending unit) bekerja sama dengan perusahaan (deficit spending unit) untuk melakukan kegiatan usahanya. Apabila kegiatan usahanya menghasilkan keuntungan dibagi dua, dan apabila kegiatan usahanya mengalami kerugian, kerugian tersebut ditanggung Bersama. Sistem bagi hasil menjamin adanya keadilan dan tidak ada pihak yang tereksploitasi (didzalimin). Sistem bagi hasil dapat berbentuk musyarakah atau mudharabah dengan berbagai variasinya.

Pembiayaan yang disalurkan oleh Bank Syariah merupakan salah satu aset produktif yang wajib dipantau dan dikelola pelaksanaannya berdasarkan prinsip kehati-hatian dan prinsip syariah.

Penerapan prinsip kehati-hatian harus dilakukan guna memastikan kualitas aset pembiayaan tersebut tetap baik.¹³¹

Kemudian bank syariah di Indonesia mengalami perkembangan, pada tanggal 1 Februari 2021 penggabungan 3 bank syariah yaitu BNI Syariah, BRI Syariah dan Mandiri Syariah yang sekarang menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini menyatukan kelebihan-kelebihan dari ketiga bank syariah sehingga memiliki layanan yang efektif dan terjangkau luas. Penggabungan ini juga didukung oleh pemerintahan dan Kementerian BUMN dalam bersaing tingkat Global.

Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi lahirnya ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat, fakta bahwa Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang. Dalam konteks inilah kehadiran BSI menjadi sangat penting. Bukan hanya mampu memainkan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal, tetapi juga sebuah ikhtiar mewujudkan harapan Negeri.

Disimpulkan bahwa BSI KCP Gubug ini (eks Mandiri Syariah) yang beroperasi kurang lebih 1 tahun kemudian dengan adanya penggabungan 3 bank syariah yang sekarang menjadi Bank Syariah Indonesia KCP Gubug dan nasabah juga semakin bertambah walaupun tidak banyak.

¹³¹ Ana Zahrotun Nihayah and Ithif Hanafir Rifqi, "Pandemi Covid-19 Implikasi Bagi Pembiayaan Bank Syariah Di Indonesia," *Jurnal Ekonomica : Jurnal Ekonomi Manajemen, Akuntansi dan Perbankan Syariah* 10, no. 1 (2021): 164-181.

2. Makna Logo BSI

Gambar 4.1 Logo Bank Syariah Indonesia



Pengenal logo BSI juga diumumkan pada saat peresmian Bank Syariah Indonesia yang disampaikan langsung oleh Direktur Utama PT. Bank Syariah Indonesia yaitu Bapak Hery Gurnadi. Didalam logo BSI memiliki arti dan makna yang mencerminkan Bank Syariah itu sendiri. Terdapat filosofi didalam logo BSI tersebut, seperti bintang berwarna kuning yang memiliki 5 sudut melambangkan 5 sila Pancasila dan 5 rukun Islam. Tulisan-tulisan BSI juga mencerminkan Indonesia yang baik di tingkat nasional maupun ditingkat global.¹³²

3. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Gubug

a. Visi

Adapun visi dari Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut:

TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK

Menciptakan Bank Syariah yang masuk ke dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan.

b. Misi

Adapun misi dari Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut:

1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.

Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T ditahun 2025.

2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.

TOP 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valusi kuat (PB > 2).

¹³² Fika Nurul Ulya, Bank Syariah Indonesia Resmi Beroperasi, Begini Bentuk Logo dan Maknanya (Kompas.Com) 1 Februari 2021, 15.43 WIB dapat diakses melalui <https://money.kompas.com/read/2021/02/01/154325626/bank-syariah-indonesia-resmi-beroperasi-begini-bentuk-logo-dan-maknanya?page=all>

3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

4. Identitas Perusahaan

Nama : PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gubug

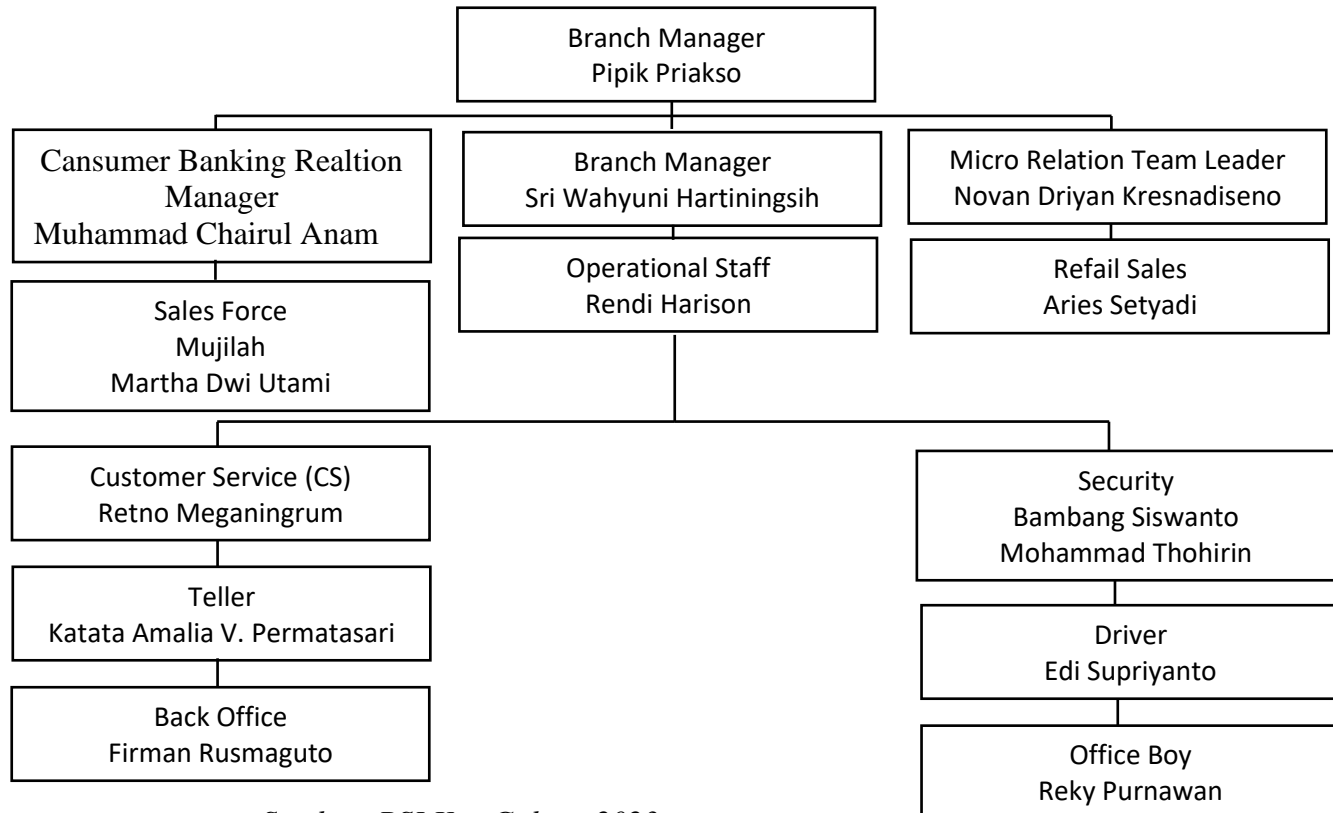
Alamat : Jl. Bhayangkara No. 33, Gubug, Kec. Gubug, Kabupaten Grobogan,
Jawa Tengah 58164, Indonesia.

Telepon : (0292) 5135444

Kode Pos : 58164

5. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Gubug

Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. Bank BSI KCP Gubug



Sumber: BSI Kcp Gubug, 2023

B. Data Pegawai PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gubug

Tabel 4.1

Data Pegawai PT. Bank Syariah Indonesia kantor cabang pembantu (KCP) Gubug

No	Nama Lengkap Pegawai	No. Identitas Pegawai (NIP)	Jabatan
1	Pipik Priakso	2185001346	Branch Manager
2	Muhammad Chairul Anam	2192014493	Consumer Banking Relationship Manager
3	Sri Wahyuni Hartiningsih	2180002363	Branch Manager
4	Novan Driyan Kresnadiseno	2180002808	Micro Relation Team Leader
5	Mujilah	3010216	Sales Force
	Martha Dwi Utami	3010214	
6	Rendi Harison	2189008124	Operasional Staff
7	Aries Setyadi	2102002223	Refail Sales
8	Retno Meganingrum	2194013060	Customer Service
9	Katata Amalia Vekanadya Permata sari	2197018154	Teller
10	Firman Rusmaguto	2187007595	Back Office
11	Bambang Siswanto	2102001003	Security
	Muhammad Thohirin	2102001044	
12	Edi Supriyanto	2102109870	Driver
13	Reky Purnawan	2102006146	Office Boy

Sumber: BSI KCP Gubug, 2023

C. Karakteristik Responden

Penyajian data deskriptif karakteristik responden bertujuan untuk mengetahui profil dan kondisi responden sebagai informasi tambahan agar dapat menganalisis hasil-hasil yang diteliti, diantaranya sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Berdasarkan penyebaran kuesioner yang peneliti lakukan terhadap jenis kelamin responden memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.2 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Percent
Laki-Laki	46	48,40%
Perempuan	49	51,60%
Total	95	100%

Sumber: Data Primer di olah SPSS 26

Berdasarkan pada table 4.1 diatas dapat mengetahui bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibanding dengan responden berjenis kelamin laki-laki. Dimana responden laki-laki berjumlah 46 responden dengan persentase 48,4%, sedangkan responden perempuan berjumlah 49 responden dengan persentase 51,6%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden atau nasabah bank syariah Indonesia KCP Gubug lebih banyak perempuan yang menggunakan mobile banking BSI.

2. Umur

Berdasarkan penyebaran kuesioner yang peneliti lakukan terhadap umur responden mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.3 Umur

No	Umur	Jumlah	Percent
1	18-27 Tahun	31	32,60%
2	28-35 Tahun	27	28,40%
3	36-50 Tahun	35	36,80%
4	> 50 Tahun	2	2,10%

Total	95	100%
-------	----	------

Sumber: Data Primer di olah SPSS 26

Berdasarkan pada tabel 4.2 menunjukkan hasil bahwa dari 95 responden, berumur 18-27 tahun berjumlah 31 responden dengan persentase 32,6%, berumur 28-35 tahun berjumlah 27 responden dengan persentase 28,4%, berumur 36-50 tahun berjumlah 35 responden dengan persentase 36,8% dan > 50 tahun berjumlah 2 responden dengan persentase 2,1%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden atau nasabah bank syariah Indonesia KCP Gubug lebih banyak berumur 36-50 tahun yang menggunakan mobile banking BSI.

3. Pendidikan Terakhir

Berdasarkan penyebaran kuesioner yang peneliti lakukan terhadap Pendidikan terakhir responden mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Percent
1	SD/Sederajat	3	3,20%
2	SMP/Sederajat	4	4,20%
3	SMA/Sederajat	54	56,80%
4	Diploma/S1	33	34,70%
5	Lainnya	1	1,10%
Total		95	100%

Sumber: Data Primer di olah SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa dari 95 responden, pendidikan terakhir SD/Sederajat berjumlah 3 responden dengan persentase 3,2%, pendidikan terakhir SMP/Sederajat berjumlah 4 responden dengan persentase 4,2%, pendidikan terakhir SMA/Sederajat berjumlah 54 responden dengan persentase 56,8%, Diploma/S1 berjumlah 33 responden dengan 34,7% dan lainnya

berjumlah 1 responden dengan persentase 1,1%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden atau nasabah bank syariah Indonesia KCP Gubug lebih banyak pendidikan terakhir SMA/Sederajat yang menggunakan mobile banking BSI.

4. Pekerjaan

Berdasarkan penyebaran kuesioner yang peneliti lakukan terhadap pekerjaan responden mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.5 Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Percent
1	PNS/TNI/Polri	10	10,50%
2	Pegawai Swasta	23	24,20%
3	Wiraswasta	22	23,20%
4	Pelajar/Mahasiswa	16	16,80%
5	Buruh/Petani	3	3,20%
6	Lainnya	21	22,10%
Total		95	100%

Sumber: Data Primer di olah SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa dari 95 responden, pekerjaan PNS/TNI/Polri berjumlah 10 responden dengan persentase 10,5%, pekerjaan pegawai swasta berjumlah 23 responden dengan persentase 24,2%, pekerjaan wiraswasta berjumlah 22 responden dengan persentase 23,2%, pekerjaan pelajar/mahasiswa berjumlah 16 responden dengan persentase 16,8%, pekerjaan buruh/petani berjumlah 3 responden dengan persentase 3,2% dan pekerjaan lainnya berjumlah 21 responden dengan persentase 22,1%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden atau nasabah bank syariah Indonesia KCP Gubug lebih banyak pekerjaan pegawai swasta yang menggunakan mobile banking BSI.

D. Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk melihat gambaran data penelitian secara statistik. Dalam pengujian statistic deskriptif dapat dilihat berdasarkan hasil nilai rata-rata (Mean), tertinggi (Max), terendah (Min) dan standar deviasi dari masing - masing variabel yaitu Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Persepsi Resiko (X3) dan Keputusan (Y). Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah hasil penyebaran kuesioner kepada nasabah bank syariah Indonesia KCP Gubug. Berikut ini hasil analisis Uji Statistik Deskriptif penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std Deviation</i>
Persepsi Manfaat	95	14	20	17,37	1,538
Persepsi Kemudahan	95	16	20	17,49	1,500
Persepsi Resiko	95	10	20	15,20	1,628
Keputusan	95	19	25	22,06	1,681
Valid N (Listwise)	95				

Sumber: Data Primer di olah SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat dijelaskan bahwa setiap variabel sebagai berikut:

1. Variabel persepsi manfaat memiliki nilai minimum 14, sedangkan nilai maksimum 20 dan nilai mean 17,37 dengan standar deviasi 1,538.

2. Variabel persepsi kemudahan memiliki nilai minimum 16, sedangkan nilai maksimum 20 dan nilai mean 17,49 dengan standar deviasi 1,500.
3. Variabel persepsi resiko memiliki nilai minimum 10, nilai maksimum 20 dan nilai mean 15,20 dengan standar deviasi 1,628.
4. Variabel keputusan memiliki nilai minimum 19, nilai maksimum 25 dan nilai mean 22,06 dengan standar deviasi 1,681.

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui keabsahan suatu kuesioner dari tiap butir pertanyaan dengan skor dari variabel tersebut. Saat nilai r hitung diketahui, selanjutnya membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Rumus dalam menentukan r tabel yaitu $df = n - 2$, dimana n merupakan jumlah sampel atau responden. Maka diperoleh hasil $df = 95 - 2 = 93$, $df = 93$ dengan alpha sebesar 5% atau 0,05 dan didapatkan nilai r tabel sebesar 0,2017. Apabila nilai r hitung lebih > dari r tabel, maka instrumen yang ada di dalam kuesioner mempunyai korelasi yang signifikan terhadap skor tabel (valid). Saat nilai r hitung lebih < dari nilai r tabel maka tidak valid.

Berikut adalah hasil uji validitas pada variabel yang terdiri dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi resiko dan keputusan menggunakan yang dapat dijelaskan pada tabel dibawah:

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Butir Instrumen	Person Corelation R Hitung	R Tabel	Keterangan
	X1.1	0,785	0,2017	Valid
	X1.2	0,702	0,2017	Valid

Persepsi Manfaat	X1.3	0,806	0,2017	Valid
	X1.4	0,823	0,2017	Valid
Persepsi Kemudahan	X2.1	0,805	0,2017	Valid
	X2.2	0,831	0,2017	Valid
	X2.3	0,753	0,2017	Valid
	X2.4	0,697	0,2017	Valid
Persepsi Resiko	X3.1	0,644	0,2017	Valid
	X3.2	0,839	0,2017	Valid
	X3.3	0,669	0,2017	Valid
	X3.4	0,578	0,2017	Valid
Keputusan	Y.1	0,727	0,2017	Valid
	Y.2	0,868	0,2017	Valid
	Y.3	0,743	0,2017	Valid
	Y.4	0,376	0,2017	Valid
	Y.5	0,691	0,2017	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS 26

Berdasarkan data tabel 4.6 diketahui bahwa hasil r tabel sebesar 0,2017 diaman nilai r tabel lebih kecil dari semua nilai r hitung pada setiap variabel. Maka dapat disimpulkan bahwa indikator pertanyaan dari variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi resiko dan keputusan menggunakan pada penelitian ini dinyatakan valid dan dapat mengukur secara tepat sehingga data dipergunakan pada tahap berikutnya.

b. Uji Reliabilitas

Penelitian yang menunjukkan hasil reliabilitas yaitu hasil data terdapat konsistensi dan stabilitas dari nilai hasil skala yang diukur. Pengujian reliabilitas ini menggunakan uji *cronbach's alpha*. Variabel dapat dikatakan reliabel jika *cronbach's alpha* bernilai $> 0,60$. Berikut hasil uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS 26 sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standart	Keterangan
1	Persepsi Manfaat	.784	0,60	Reliabel
2	Persepsi Kemudahan	.774	0,60	Reliabel
3	Persepsi Resiko	.620	0,60	Reliabel
4	Keputusan	.726	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah SPSS 26

Berdasarkan data tabel 4.7 diketahui bahwa semua hasil variabel nilai *cronbach's alpha* > 0,60. Dengan rincian variabel persepsi manfaat memiliki nilai *cronbach's alpha* 0,784 > 0,60, persepsi kemudahan memiliki nilai *cronbach's alpha* 0,774 > 0,60, persepsi resiko memiliki nilai *cronbach's alpha* 0,620 > 0,60, dan variabel keputusan memiliki nilai *cronbach's alpha* 0,726 > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini reliabel atau layak digunakan.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji distribusi data variabel apakah data pada penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Dalam pengujian normalitas dapat dilihat berdasarkan uji statistic melalui uji Kolmogorov-semirnov. Jika nilai probilitasnya lebig > daei 0,05 maka data tersebut distribusi atau data normal. Tetapi jikai nilai probilitasnya lebih < dari 0,05 maka data tersebut tidak terdistribusi atau tidak normal. Berikut hasil uji normalitas menggunakan uji kolmogrov-semirnov sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	1.497527
Most Extreme Differences	Absolute	0.091
	Positive	0.091
	Negative	-0.090
Test Statistic		0.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.051 ^{c,d}

Sumber : Sumber: Data Primer diolah SPSS 26

Berdasarkan data tabel 4.8 diketahui bahwa hasil nilai signifikansi sebesar $0,051 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal karena nilai signifikansi lebih dari $0,05$ dan data dapat digunakan lebih lanjut.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas diperlukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya kemiripan dari variabel independent satu dengan yang lain. Asumsi multikolinieritas mengharuskan variabel independent terbebas dari gejala multikolinieritas untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dalam suatu model regresi yaitu dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai tolerance $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 maka dapat dikatakan tidak ada multikolinieritas.

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Persepsi Manfaat	.849	1.178
	Persepsi Kemudahan	.854	1.171
	Persepsi Resiko	.990	1.010

Sumber: Data Primer diolah SPSS 26

Berdasarkan data tabel 4.9 diketahui bahwa nilai uji multikolinieritas menunjukkan bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Dimana variabel persepsi manfaat (X1) adalah nilai Tolerance $0,849 > 0,10$ dan nilai VIF $1,178 < 10$. Variabel persepsi kemudahan (X2) adalah nilai Tolerance $0,854 > 0,10$ dan nilai VIF $1,171 < 10$. Variabel persepsi resiko (X3) adalah nilai Tolerance $0,990 > 0,10$ dan nilai VIF $1,010 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas diperlukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi mengandung ketidaksamaan varians dari residual antara sesama pengamatan. Dalam menguji heteroskedastisitas dapat dilakukan melalui uji glejser dengan ketentuan signifikansi yang digunakan $<$ dari $0,05$. Jika hasil uji heteroskedastisitas memperoleh nilai signifikansi $<$ dari $0,05$ maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas melalui SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,275	1.299		2.520	.013
	Persepsi Manfaat	-.032	.054	-0,066	-.589	.557
	Persepsi Kemudahan	-.073	.055	-,147	-1.320	.190
	Persepsi Resiko	-.010	.047	-0,023	-.220	.827

Sumber : data primer diolah SPSS 26

Berdasarkan pada data tabel 4.10 diketahui bahwa nilai uji glejer signifikansi dari semua variabel yang menunjukkan hasil lebih dari 0,05. Dimana variabel persepsi manfaat (X1) mendapatkan nilai signifikansi $0,557 > 0,05$. Variabel persepsi kemudahan (X2) mendapatkan nilai signifikansi $0,190 > 0,05$. Dan variabel persepsi resiko (X3) mendapatkan nilai signifikansi $0,827 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heterokedastisitas dalam penelitian ini karena setiap variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Pada analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi resiko memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking BSI. Hasil dari analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.902	.671		3.707	.000
	Persepsi Manfaat	.336	.111	.307	3.032	.003
	Persepsi Kemudahan	.249	.113	.223	2.204	.030
	Persepsi Resiko	.129	.097	.125	1.330	.187

Sumber : data primer diolah SPSS 26

Berdasarkan pada data tabel 4.11 diatas menunjukkan hasil pergitungan persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 9,902 + 0,336X_1 + 0,249X_2 + 0,129X_3$$

Penjelasannya atau interprestasi dari persamaan regresi linier berganda dapat dilihat sebagai berikut:

Konstanta dalam regresi ini bernilai 9,902 artinya nilai konstanta variabel preferensi adalah positif. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independent dan variabel dependen. Dengan mengasumsikan variabel independent yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi resiko tidak terjadi perubahan (X1,X2 dan X3 bernilai 0%), maka variabel pada variabel keputusan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking BSI adalah sebesar 9,902.

Nilai koefisien regresi variabel persepsi manfaat (X1) sebesar 0,336, artinya pada setiap penambahan atau peningkatan 1 satuan

variabel persepsi manfaat maka akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,336 satuan pada keputusan menggunakan. Begitupun sebaliknya, jika variabel persepsi manfaat berkurang 1 satuan maka akan menyebabkan penurunan sebesar 0,336 satuan pada keputusan menggunakan. Koefisien ini memiliki nilai positif sehingga terdapat hubungan searah antara persepsi manfaat dengan keputusan menggunakan layanan mobile banking BSI.

Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan (X2) sebesar 0,249, artinya pada setiap penambahan atau peningkatan 1 satuan variabel persepsi kemudahan maka akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,249 satuan pada keputusan menggunakan. Begitupun sebaliknya, jika variabel persepsi kemudahan berkurang 1 satuan maka akan menyebabkan penurunan sebesar 0,249 satuan pada keputusan menggunakan. Koefisien ini memiliki nilai positif sehingga terdapat hubungan searah antara persepsi kemudahan dengan keputusan menggunakan layanan mobile banking BSI.

Nilai koefisien regresi variabel persepsi resiko (X3) sebesar 0,129, artinya pada setiap penambahan atau peningkatan 1 satuan variabel persepsi resiko maka akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,129 satuan pada keputusan menggunakan. Begitupun sebaliknya, jika variabel persepsi resiko berkurang 1 satuan maka akan menyebabkan penurunan sebesar 0,129 satuan pada keputusan menggunakan. Koefisien ini memiliki nilai positif sehingga terdapat hubungan searah antara persepsi resiko dengan keputusan menggunakan layanan mobile banking BSI.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial atau disebut juga dengan uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh individual variabel independent terhadap variabel dependen secara parsial. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$). Apabila t

hitung lebih < dari t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya secara persial tidak terdapat pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependen. Sedangkan, apabila t hitung lebih > dari t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara persial terdapat pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependen. Menentukan nilai T tabel dilakukan dengan menghitung rumus $df = n-k-1$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independent). Sehingga T tabel diperoleh $df = (95-3-1)$ dengan diperoleh nilai T tabel sebesar 1,986.

Tabel 4. 13 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	9.902	2.671		3.707	.000
	Persepsi Manfaat	.336	.111	.307	3.032	.003
	Persepsi Kemudahan	.249	.113	.223	2.204	.030
	Persepsi Resiko	.129	.097	.125	1.330	.187
a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan						

Sumber : data primer diolah SPSS 26

Pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa penjelasannya atau interprestasi dari hasil uji persial (uji T) dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Diketahui jika nilai t hitung pada variabel persepsi manfaat (X1) sebesar 3,032 > dari nilai t tabel 1,986, dengan ini artinya bahwa memperlihatkan variabel persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking BSI. Dengan nilai tingkat signifikansi sebesar 0,003 < dari 0,05, maka dengan ini H_0 ditolak dan H_1

diterima. Hal ini memperlihatkan bahwa artinya terdapat persepsi manfaat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan layanan mobile banking BSI.

- b. Diketahui jika nilai t hitung pada variabel persepsi kemudahan (X_2) sebesar $2,204 >$ dari nilai t tabel $1,986$, dengan ini artinya bahwa memperlihatkan variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking BSI. Dengan nilai tingkat signifikansi sebesar $0,030 <$ dari $0,05$ maka dengan ini H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hal ini memperlihatkan bahwa artinya terdapat persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan layanan mobile banking.
- c. Diketahui jika nilai t hitung pada variabel persepsi resiko (X_3) sebesar $1,330 <$ dari nilai t tabel $1,986$, dengan ini artinya bahwa variabel persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking BSI. Dengan nilai tingkat signifikansi sebesar $0,187 >$ dari $0,05$ maka dengan ini H_0 diterima dan H_3 ditolak. Hal ini memperlihatkan bahwa artinya variabel persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking BSI.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui kelayakan model estimasi yang digunakan dalam penelitian atau dengan arti lain menjelaskan hubungan variabel independent (X) terhadap dependen (Y). Uji F dapat dilihat pada output ANOVA dari hasil analisis linier berganda. Untuk menguji hipotesis apakah diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel atau membandingkan nilai signifikansi F sebesar $0,05$ atau 5% . F tabel didapatkan

menggunakan rumus $Df1 = k - 1 = 4 - 3$, $Df2 = n - k - 1 = 95 - 3 - 1 = 91$, dimana k merupakan jumlah dari variabel dan adalah sampel. Tingkat signifikan 0,05 sehingga, nilai F tabel sebesar 2,70. Apabila F hitung < dari F tabel, maka tidak terdapat pengaruh antar semua variabel independent secara Bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 14 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54.818	3	18.273	7.888	.000 ^b
	Residual	210.803	91	2.317		
	Total	265.621	94			

Sumber : Data Primer diolah SPSS 26

Pada tabel 4.13 dapat diketahui bahwa penjelasannya atau interpretasi dari hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai nilai sign $0,00 <$ dari $0,05$ dan memiliki nilai F hitung sebesar $7,888 >$ dari F tabel $2,70$, maka dapat dikatakan model tersebut layak dan berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan (X2) dan persepsi resiko (X3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking BSI (Y).

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis Uji koefisien determinasi atau R^2 diperlukan untuk bertujuan untuk mengukur seberapa jauh berpengaruh variasi variabel independent terhadap variabel dependen. Besaran nilai koefisien determinasi kisaran 0 sampai 1. Apabila nilai R^2 nol atau nilainya kecil maka kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sedangkan apabila

R^2 mendekati angka 1, maka itu artinya kemampuan independent dalam menjelaskan variabel dependen dikatakan baik dan dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel-variabel dependen. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 15 Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.454 ^a	.206	.180	1.52201

Sumber : Data Primer diolah SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,206, yang mana ini berarti bahwa variabel dependen keputusan menggunakan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independent persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan (X2) dan persepsi resiko (X3) sebesar 0,206 atau 20,6%.

Hal ini berarti bahwa pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi resiko terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking BSI dilihat dari nilai koefisien determinasi (R Square) yaitu 0,206 atau 20,6%, sisanya 79,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

E. Hasil Pembahasan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi resiko terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking BSI di KCP Gubug.

1. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Laynan Mobile Banking BSI

Hasil pada pengujian menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI. Berdasarkan hasil

analisis regresi linier berganda variabel (X1) yaitu persepsi manfaat memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,336. Itu artinya jika persepsi manfaat mengalami peningkatan atau mengalami kenaikan 1 satuan, maka keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI akan meningkat 0,336. Kemudian dilihat dari perhitungan uji t pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa variabel (X1) yaitu persepsi manfaat memperoleh nilai t hitung sebesar 3,032 dengan tingkat signifikansi 0,003, sehingga $t \text{ hitung } 3,032 > \text{ dari } t \text{ tabel dengan } t \text{ tabel } 1,986$ dan nilai signifikansi $0,003 < \text{ dari } 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa variabel persepsi manfaat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking BSI. Maka hipotesis pertama diterima. Hal tersebut berarti bahwa semakin baik persepsi manfaat maka semakin tinggi pula keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Davis berupa Technology Acceptance Model (TAM), yang menganggap apabila penerimaan individu terhadap teknologi informasi dipengaruhi oleh variabel persepsi manfaat. Persepsi manfaat yang diartikan sebagai suatu tingkat pengukuran dimana seseorang percaya terhadap menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerjanya. Hal ini menunjukkan sesuai dengan hasil penelitian Davis 1989 bahwa jika persepsi manfaat dapat menjelaskan alasan pengguna untuk menggunakan sistem dan dapat menjelaskan kalau sistem baru dapat diterima oleh pengguna.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nadila T Oktapiani¹³³ yang menunjukkan hasil bahwa

¹³³ Nadila T. Oktapiani Sinulingga, Program Studi Perbankan Syariah., “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada PT.Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik Di Masa Pandemi Covid-19” (2022).h.73.

variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Pada penelitian AY Kurniaputra¹³⁴ juga mempunyai hasil yang sama bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Dalam penelitian tersebut mengatakan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat suatu teknologi yang diterima oleh nasabah maka akan semakin tinggi pula keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*.

Dari penjelasan diatas, maka dapat dinyatakan bahwa persepsi manfaat yang ada di BSI KCP Gubug mendapatkan hasil tanggapan responden rata-rata berada dalam kategori setuju dan sangat setuju. Tingkat kegunaan mempengaruhi sikap nasabah terhadap sistem, apabila nasabah BSI KCP Gubug merasakan manfaat atas penggunaan *Mobile Banking* BSI sehingga, dapat dibuktikan dengan mengisi kuesioner. Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking BSI

Hasil pada pengujian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI. Berdasarkan analisis regresi linier berganda variabel (X2) yaitu persepsi kemudahan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,249. Itu artinya jika persepsi manfaat mengalami peningkatan atau mengalami kenaikan 1 satuan, maka keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI akan meningkat 0,249. Kemudian dilihat dari perhitungan uji t pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa variabel (X2) yaitu persepsi kemudahan

¹³⁴ Adria Yudi Kurniaputra and Mochamad Nurhadi, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bri Di Surabaya," *Journal of Business & Banking* 8, no. 1 (2018): h.119.

memperoleh nilai t hitung sebesar 2,204 dengan tingkat signifikansi 0,030, sehingga $t \text{ hitung } 2,204 > \text{ dari } t \text{ tabel dengan } t \text{ tabel } 1,986$ dan nilai signifikansi $0,030 > \text{ dari } 0,05$. Maka dikatakan bahwa variabel persepsi kemudahan secara persial berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan mobile BSI. Maka hipotesis kedua diterima. Hal tersebut berarti bahwa semakin mudah nasabah mengoperasikan persepsi kemudahan maka semakin besar pula keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Davis berupa Technology Acceptance Model (TAM), yang menganggap apabila penerimaan individu terhadap teknologi informasi dipengaruhi oleh variabel persepsi kemudahan. Persepsi kemudahan diartikan sebagai sejauh mana seseorang menanggapi jika menggunakan teknologi informasi itu mudah dan tidak memerlukan usaha dari penggunanya. Hal ini menunjukkan sesuai dengan hasil penelitian Davis 1989 bahwa jika persepsi kemudahan dapat menjelaskan alasan pengguna untuk menggunakan sistem dan dapat menjelaskan kalau sistem baru dapat diterima oleh pengguna.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rezky Sulkarnain¹³⁵ yang menunjukkan bahwa hasil persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Pada penelitian Siti Hasanah¹³⁶ juga mempunyai hasil yang sama bahwa terdapat

¹³⁵ Rezky Sulkarnain, Dirwan dan Nurkhalik Wahdania Asbara, “Pengaruh Kemudahan, Manfaat dan Resiko Terhadap keputusan nasabah menggunakan Mobile Banking Pada PT.Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Sam Ratulangi”, “Journal Nobel Management”, Vol. 3, No. 3 (2022): h. 617.

¹³⁶ Siti Hasanah, “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan M-Banking Pada Masa Pandemi Tahun 2020 (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang). (2022). h.73.

pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*.

Dari penjelasan diatas, maka dapat dinyatakan bahwa persepsi kemudahan yang ada di BSI KCP Gubug mendapatkan hasil tanggapan responden rata-rata berada dalam kategori setuju dan sangat setuju. Nasabah akan memilih menggunakan *Mobile Banking* BSI untuk melakukan transaksi perbankan bila nasabah dapat dengan mudah menggunakan *Mobile Banking* BSI, sehingga variabel persepsi dengan dibuktikan dengan mengisi kuesioner. Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI.

3. Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BSI.

Hasil pada pengujian menunjukkan bahwa persepsi resiko tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda variabel (X3) yaitu persepsi resiko memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,129. Itu artinya jika persepsi resiko mengalami peningkatan atau mengalami kenaikan 1 satuan, maka keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* BSI akan meningkat 0,129. Kemudian dilihat dari perhitungan uji t pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa variabel (X3) yaitu persepsi resiko memperoleh nilai t hitung sebesar 1,330 dengan tingkat signifikansi 0,187, sehingga $t \text{ hitung } 1,330 < \text{ dari } t \text{ tabel dengan } t \text{ tabel } 1,986$ dan nilai signifikansi $0,187 > \text{ dari } 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa hipotesis ketiga ditolak. Hal tersebut berarti bahwa variabel persepsi resiko tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI.

Persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* BSI karena dapat dilihat bahwa responden memberikan penilaian yang rendah terhadap variabel

persepsi resiko dengan beberapa item pertanyaan persepsi resiko yang diberikan oleh peneliti. Hal ini berarti bahwa persepsi resiko merupakan faktor utama bagi nasabah BSI KCP Gubug. Hal ini juga berarti bahwa persepsi resiko dapat menjelaskan hasil yang sesuai dengan pra riset nasabah yang terlihat dilatar belakang karena persepsi itu sendiri merupakan fenomena yang relevan. Oleh karena itu, ketika nasabah membutuhkan mobile banking untuk bertransaksi dalam keadaan darurat, mereka percaya bahwa layanan tersebut memiliki manfaat dan kemudahan yang baik, dan resiko yang ada saat ini tidak dapat menjelaskan peningkatan keuntungan dan kemudahan yang dibawa oleh aplikasi mobile banking BSI.

Hasil penelitian ini mempunyai kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitria Styarini¹³⁷ yang menyatakan bahwa persepsi resiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking, hal tersebut diutarakan oleh Fitria Styarini bahwa rendahnya persepsi resiko yang menyebabkan tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori yang dikembangkan oleh Davis 1989 berupa Technology Acceptance Model (TAM) bahwa resiko yaitu sikap suatu individu terhadap anggapan mengenai suatu kejadian yang kemungkinan mengenai hasil yang baik atau buruk dalam penggunaan suatu teknologi tergantung pada sejauh mana teknologi tersebut dapat membantu individu tersebut dalam melakukan transaksi melalui *mobile banking*.

Dari penjelasan diatas, maka dapat dinyatakan bahwa persepsi resiko yang ada di BSI KCP Gubug mendapatkan hasil tanggapan

¹³⁷ Fitria Styarini and Sulis Riptiono, "Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk Dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank BRI Di Kantor Cabang Kebumen)" vol. 2, no. 4 (2020): h.677.

responden rata-rata berada dalam kategori kurang setuju. Resiko yang tinggi dapat mempengaruhi nasabah dalam pengambilan keputusan menggunakan *Mobile Banking*, karena risiko dipandang sebagai ketidakpastian yang terkait dengan hasil suatu keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa risiko merupakan faktor yang perlu diperhatikan dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*, karena tingginya risiko dari layanan tersebut memastikan bahwa pengguna memenuhi kebutuhan sebelum menggunakan layanan tersebut dan memastikan keamanan dalam penggunaannya, sehingga dapat dibuktikan dengan mengisi kuesioner. Hal ini juga disebabkan oleh keadaan masyarakat Indonesia yang tidak bergantung pada *Mobile Banking* untuk urusan transaksi, yang dibuktikan oleh nasabah BSI KCP Gubug. Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko tidak terlalu menguntungkan dan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan pada penelitian tentang pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi resiko terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI KCP studi kasus BSI Gubug, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi Manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI. Hal ini dibuktikan secara statistik nilai signifikansi sebesar $0,003 < \text{dari } 0,05$ dan nilai t hitung $3,032 > \text{dari } t$ tabel $1,986$.
2. Persepsi Kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikansi terhadap Keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI. Hal ini di buktikan bahwa secara statistik nilai signifikansi sebesar $0,030 < \text{dari } 0,05$ dan nilai t hitung $2,204 > \text{dari } t$ tabel 1.986 .
3. Persepsi Resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI. Hal ini dibuktikan secara statistik nilai signifikansi sebesar $0,187 > \text{dari } 0,05$ dan nilai t hitung $1,330 < \text{dari } t$ tabel $1,986$.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan pada penelitian ini, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Gubug, sebaiknya lebih aktif lagi memberikan informasi terkait *Mobile Banking* BSI kepada masyarakat. Mengenai manfaat, kemudahan yang akan didapatkan nasabah guna mempermudah transaksi perbankan mereka serta sisi lain ada resiko yang perlu dipertimbangkan.

2. Bagi nasabah, sebaiknya lebih mencari tau informasi layanan mobile banking BSI. Karena dengan adanya layanan *Mobile Banking* BSI tersebut nasabah tidak memerlukan banyak waktu, biaya dan usaha lebih untuk memenuhi kebutuhan transaksi perbankan.
3. Bagi Peneliti yang akan datang dapat menambah variabel lain yang di indikasi mampu memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI seperti persepsi pengetahuan, persepsi kredibilitas, persepsi tingkat keamanan dll. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat memperluas daerah penelitian sehingga tidak hanya di satu kecamatan saja misalnya diperluas menjadi satu kota atau satu provinsi sehingga hasil yang diperoleh lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. S. (2014). Dampak Kebijakan E-Money Di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru. *Jurnal Akuntansi Unesa*, 4(1), 1-21.
- Adria Yudi Kurniaputra, M. N. (2018, Oktober). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BRI Di Surabaya. *Journal of*, 8(1), 109-120.
- Ahmad Sahri Romadon, R. N. (2020, Oktober). Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Banking Pada BNI 46 KC KarangAyu Semarang Dengan Minat Nasabah Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Majalah Ilmiah Sosial, Journal USM*, 18(4), 133-156.
- Ahmad, B. S. (2014, April). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Jurnal Studi Manajemen, Vol.8, No 1, April 2014*, 8(1), 1-11.
- Alifatul Laily Romadloniyah, D. H. (2018, Juni). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(2), 699-711.
- Ana Zahrotun Nihayah, L. H. (2021, Maret). Pandemi Covid-19 Implikasi Bagi Pembiayaan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ekonomika (Manajemen, Akuntansi & Perbankan Syariah)*, 10(1), : 164-181.
- Ana Zahrotun Nihayah, L. H. (2022, September). Kontribusi Perbankan Syariah terhadap Permodalan UMKM Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis, Vol. 6 No. 2, September 2022*, 6(2), 183-194.

- Ana Zahrotun Nihayah, N. A. (2022, October 30). The Role of Digital Banking Industry Towards Consumer Behavior During. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 4(2), 75-88.
- Arif Pribadi, R. G. (2020, Desember). 2020. *Jurnal Visionida, Volume 6 Nomor 2 Desember 2020*, 6(2), 64-71.
- Arikunto. (2006). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Penggunaan Mobile Banking Secara Berkelanjutan (Privasi dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi). *Jurnal TECHNOBIZ*, 3(1), 25-29.
- Astuti, S. F. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Bank Syariah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Skripsi*.
- Atarwaman, R. J. (2022). Pengaruh Persepsi Resiko, Kegunaan, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking Di Kota Ambon. *E-QIEN Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 281-290.
- Bahrudin, A. S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV Budi Utama 2014.
- Bungin, B. (2010). *Metodologi penelitian kuantitatif: komunikasi, ekonomi, dan kebijakan publik serta ilmu-ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Cahyo, W. Y. (2014). PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, KEAMANAN,. 1-190.
- Catharina Octaviani Wulandari, A. N. (2017). Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus pada Pelaku Usaha di Plaza Universitas Negeri Yogyakarta). *Jurnal Fakultas Ekonomi 2017(1)*, 1-17.

- Debi Triyanti, R. F. (2020, Januari). Peran Layanan Mobile Banking dalam meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 181-192.
- Dhita Lutfiah, A. A. (2022, Mei). Analysis of the Implementation of BSI Mobile Services on Customer Satisfaction at BSI KCP Medan Pulo Brayan. *Journal of Indonesian Management (JIM)*, 2(2), 205-212.
- Dirwan. (2022). Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking dari Sisi Kemudahan, Manfaat dan Kenyamanan. *Journal of Management & Business*, 5(1), 2022, 5(1), 323-332.
- Dja'akum, C. S. (2019). Peer to Peer Lending Against Ease of Business Technology Acceptance Model (TAM) Approach. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 217-238.
- Edi, F. R. (2016). *Teori Wawancara Psikodignostik*. Yogyakarta: Leutika Prio.
- Ewaldina Radja More, S. (2022). Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan mobile banking. *Journal Manajemen, Akuntansi Dan Ekonomi*, 1-9.
- Fadhilah Afifah, S. W. (2017, April). nalisis Penggunaan Mobile Banking dengan Mengadopsi Technology Acceptance Model (TAM) (Case Study at BankCentral Asia in Jakarta). *e-Proceeding of Management : Vol.4, No.1 April 2017*, 4(1), 46-52.
- Fandy Tjiptono, A. D. (2016). Pemasaran Esensi dan Aplikasi. *book*, xii-386 hlm: 23 cm.
- Fatmawati, E. (2015, Mei). TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) UNTUK MENGANALISIS PENERIMAAN TERHADAP SISTEM INFORMASI PERPUSTAKAAN. *Journal Iqra*, 9(1), 1-13.
- Febriansyah, R. (2019). Analisis Minat Masyarakat Menggunakan OVO dengan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) di Kota Medan. *Skripsi*.

- Fitria Styarini, S. R. (2020, Agustus). Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank BRI di Kantor Cabang Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2(4) Agustus 2020, 2(4), 670-680.
- Fuad, H. (2021, Januari 27). *Akhirnya, OJK Keluarkan Izin Bank Syariah Indonesia*. From idxhannel.com: <https://www.idxchannel.com/market-news/akhirnya-ojk-keluarkan-izin-bank-syariah-indonesia>
- Gitosudarmo, I. (2020). *Perilaku Keorganisasian*. BPFE : Yogyakarta., 2000.
- Hafid Nur Yudha, J. I. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap Internet Banking Adoption (Studi Pada Nasabah Perbankan Yang Menggunakan Internet Banking di Kota Surakarta). *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING*, 4(4), 1-15.
- Hasanah, S. (2022). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Risiko terhadap Keputusan Nasabah menggunakan m-banking pada Masa Pandemi (studi pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang). *Skripsi*, 1-115.
- Heny Puspasari, W. P. (2022). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19. *66 Jurnal Kesehatan, Volume 13, Nomor 1, Tahun 2022, hlm 65-71, 13(1), 65-71*.
- HM, J. (2007). *Sistem informasi keperilakuan*. Yogyakarta: Yogyakarta : Andi Offset, 2007.
- Ibrahim M. Al-Jabri, M. S. (2012). MOBILE BANKING ADOPTION: APPLICATION OF DIFFUSION OF INNOVATION THEORY. *Journal of Electronic Commerce Research, VOL 13, NO 4, 2012, 13(4), 379-391*.

- Ikkal, M. (2018). Penerapan Metode Theory Of Planned Behavior (TPB) Terhadap Respon Pengguna Dalam Pemanfaatan E-Learning Pada UIN Raden Fatah Palembang. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 1(1).
- Ira Puspitadewi S, S. P. (2022, November). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Jember). *Journal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(10), 2035-2042.
- Irwan Tirtana, S. P. (2014, Juni). Analisis pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional dan Call for Paper Program Studi Akuntansi-FEB UMS*, 25, 671-688.
- Kumbara, V. B. (2021, Juni). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604-630.
- Latifah, E. (2019). Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(2), 21-27.
- Mahmudah, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kasus Nasabah BRI KC Semarang). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah/Vol. 6, No. 2, 2021*, 6(2), 419-441.
- Mashur Razak, M. H. (2020, Desember). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Aplikasi Pegadaian Digital Service (Pds) Sebagai E-Service Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model 2 (TAM 2). *Journal Of Management and Businnes*, 3(3), 92-108.
- Maulida Swara Mahardika, A. F. (2021, Desember). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan

- Financial Technology(FINTECH) Payment LinkAja Syariah. *Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 1(3), 233-244.
- Maulidiyah, S. (2022, Maret). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kesesuaian Terhadap Keputusan menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri Di Surabaya. *Artikel Ilmiah*, 1-15.
- Moch Suhir, I. S. (2014, Februari). pengaruh Persepsi risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Survei Terhadap Pengguna Situs Website www.Kaskus.co.id). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(1), 1-10.
- Mubarak, M. R. (2022, Juli). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, Perceived Risk, dan Perceived Compatibility Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BSI. *Skripsi*, 1-95.
- Muhammad Habibi, A. Z. (2014). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Universitas Brawijaya*, 1-16.
- Muhammad Vadly Azhar Lubis, O. M. (2021, Desember). Analisis Minat Nasabah pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Bank BSI KCP Rantauprapat. *Journal Article*, 1(1), 874-881.
- Mujibatun, S. (2010). Pengaruh Strategi Eksklusif Terhadap Kinerja Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Economica: Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 85-95.
- Mujibatun, S. (2016, Desember). Pengaruh Strategi Eksklusif Terhadap Kinerja Lembaga Keuangan Syari'ah. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 85-95.
- N, R. Y. (2017). *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*. Yogyakarta: Yogyakarta: Innosain, 2017.

- Nadila.T.Oktapiani. (2022, Desember). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik Di Masa Pandemi Covid-19. *Skripsi*, 1-103.
- Noviana Krisyani Kusumaningtyas, D. W. (2019, Agustus). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Penggunaan Mobile Banking (Studi Penelitian pada Nasabah Bank BUMN). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan, Vol 5, No. 2 Agustus 2019: 64-72 Sumber:; 5(2), 64-72.*
- Nurdin1, R. N. (2020). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah Vol. 3 No. 1, 3(1), 31-45.*
- Pavlou, P. (2001). Consumer Intentions to Adopt Electronic Commerce - Incorporating Trust and Risk in the. *ournal Information Systems, 7.*
- Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kasus Nasabah BRI KC Semarang). (2022). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah/Vol. 6, No. 2, 2022, 6(2), 419-441.*
- Priyatno, D. (2010). *Paham Analisa Statistik Data Dengan Spss*. Yogyakarta: Mediakom 2010.
- Purwati, N. A. (2018, Juni). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh). *Skripsi*, 1-69.
- Rahayu, I. S. (2015, Desember). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)

- (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JURNAL EKONOMI SYARIAH INDONESIA (JESI)*, 5(2), 137-150.
- Rezky Sulkarnain, D. N. (2022, Desember). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Resiko Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Sam Ratulangi. *Journal Nobel Management*, 3(3), 608-621.
- Rian Maulana, I. . (2018, Oktober). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Tehnology Acceptance Model. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2(2), 146-155.
- Ricky Yuliardi, Z. N. (2017). *Statistik Penelitian: Plus Tutorial SPSS*. Yogyakarta: Innosain 2017.
- Ricmala, Z. (2016, Oktober). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Sikap Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bagi Nasabah Bank Mandiri Di Surabaya. *Artikel Ilmiah*, 1-13.
- Rijlan Hasanuddin, A. S. (2019, Juli-Desember). Pengaruh Produk, Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah. *Innovatio: Journal for Religious-Innovation Studies*, 19(2), 191-206.
- Rithmaya, C. L. (2016, Januari-Juni). Pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap, risiko dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah bank bca dalam menggunakan ininternet banking. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 16(1), 160-177.
- Salsabillah Ainun Aini, B. W. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember. *Journal National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 493-503.
- Setiawan, K. (2022, Februari 2). *Aset Bank Syariah Indonesia Tembus Rp 265 Triliun per Desember 2021*. From tempo.co:

<https://bisnis.tempo.co/read/1556434/aset-bank-syariah-indonesia-tembus-rp-265-triliun-per-desember-2021>

- Siti Mujibatun, D. T. (2022). Determination of the Influence of Attitude and Sharia Compliance on Continuance Intention of Digital Islamic Banking Users, Mediated by Customer Satisfaction. *Jurnal AIC IBE Konferensi Internasional Tahunan tentang Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 276-287.
- Siti Mujibatun, R. W. (2019). Debt and Equity-Based Financing,. *Journal IQTISHADIA*, 12(2), 227-239.
- Sri Maharsi, Y. M. (2007). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(1), 18-28.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd)*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, A. (2015, Januari). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. *Skripsi*.
- Swara Mahardika Maulida, A. F. (2021, Desember). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan Risiko Terhadap Minat. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 1(3), 233-244.
- Syamsul Hadi, N. (2015). Seti Utami dan Berlianingsih Kusumawati, “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mnggunakan E-Money”. *Jurnal Balance*, Vol. 14, No.2 (2017), h.35. *Optimum: Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 5(1), 55-67.
- Tri Sutarsih, S. M. (2020). *STATISTIK TELEKOMUNIKASI INDONESIA 2020*. Bdan Pusat Statistik.
- Ulfah Nazirah, F. F. (2022). Pengaruh Ketersediaan Fitur Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank

- Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ulee Kareng. *Journal of Sharia Economics / Vol. 3 No. 2 2022, 3(2), 216-233.*
- Wardani, D. (2021, April). Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Pemerintah). *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 2(1), 15-32.
- Wardhani, J. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Tingkat Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Di Kalangan Generasi Y Dan Z (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal). *Skripsi*, 1-95.
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan : dengan program SPSS, AMOS dan SMARTPLS, Ed 2*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN , 2015.
- Zakiah, N. (2020). Analisis Perbandingan Pelayanan Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi Perbankan Syariah*(2), 50-62.
- BSI. (n.d.). *Aman Santai Pakai BSI Mobile*. From bsimobile.co.id: <https://bsimobile.co.id/aman-santai-pakai-bsi-online/>
- Fuad, H. (2021, Januari 27). *Akhirnya, OJK Keluarkan Izin Bank Syariah Indonesia*. From [idxchannel.com](https://www.idxchannel.com): <https://www.idxchannel.com/market-news/akhirnya-ojk-keluarkan-izin-bank-syariah-indonesia>
- Pengguna BSI Mobile Capai 4,47 Juta Orang, Sumbang Pendapatan Rp 173 M.* (2022, Oktober 27). From [kumparanBISNIS](https://kumparan.com): <https://kumparan.com/kumparanbisnis/pengguna-bsi-mobile-capai-4-47-juta-orang-sumbang-pendapatan-rp-173-m-1z8Jp1vDILl>
- Setiawan, K. (2022, Februari 2). *Aset Bank Syariah Indonesia Tembus Rp 265 Triliun per Desember 2021*. From tempo.co:

<https://bisnis.tempo.co/read/1556434/aset-bank-syariah-indonesia-tembus-rp-265-triliun-per-desember-2021>

Ulya, F. N. (2021, Februari 01). *Bank Syariah Indonesia Resmi Beroperasi, Begini Bentuk Logo dan Maknanya*. From Kompas.Com: <https://money.kompas.com/read/2021/02/01/154325626/bank-syariah-indonesia-resmi-beroperasi-begini-bentuk-logo-dan-maknanya?page=all>

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING BSI (BANK SYARIAH INDONESIA)

(Studi Kaus Pada Nasabah BSI KCP Gubug)

I. Data Responden

Berilah tanda *checklist* (v) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pilihan saudara/i

- | | | | |
|------------------------|---|--|--|
| 1. Nama | : | | |
| 2. Jenis Kelamin | : | <input type="checkbox"/> Laki-laki | <input type="checkbox"/> Perempuan |
| 3. Umur | : | <input type="checkbox"/> 18-27 Tahun | <input type="checkbox"/> 36-50 Tahun |
| | | <input type="checkbox"/> 28-35 Tahun | <input type="checkbox"/> >51 Tahun |
| 4. Pendidikan Terakhir | : | <input type="checkbox"/> SD/Sederajat | <input type="checkbox"/> SMP/Sederajat |
| | | <input type="checkbox"/> SMA/Sederajat | <input type="checkbox"/> Diploma/S1 |
| | | <input type="checkbox"/> Lainnya | |
| 5. Pekerjaan | : | <input type="checkbox"/> PNS/TNI/Polri | <input type="checkbox"/> Pegawai Swasta |
| | | <input type="checkbox"/> Wiraswasta | <input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa |
| | | <input type="checkbox"/> Buruh/Petani | <input type="checkbox"/> Lainnya |

II. Petunjuk Pengisian

Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan jalan memberikan tanda centang (√) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

- 2 = Tidak Setuju (TS)
 3 = Kurang Setuju (KS)
 4 = Setuju (S)
 5 = Sangat Setuju (SS)

III. Daftar Pertanyaan

A. Persepsi Manfaat (X1)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Aplikasi mobile banking BSI dapat meningkatkan kinerja saya					
2	Aplikasi mobile banking BSI dapat meningkatkan produktifitas saya					
3	Aplikasi mobile banking BSI dapat menghemat waktu dalam bertransaksi					
4	Aplikasi mobile banking BSI bermanfaat di dalam keseharian saya					

B. Persepsi Kemudahan (X2)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Aplikasi mobile banking BSI dapat dengan mudah dipelajari/dikuasai					
2	Aplikasi mobile banking BSI dapat dengan mudah untuk digunakan					
3	Aplikasi mobile banking BSI dapat digunakan dengan mudah dimanapun dan kapanpun					
4	Dengan adanya aplikasi mobile banking BSI, saya lebih mudah mengontrol pekerjaan saya					

C. Persepsi Resiko (X3)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya merasa transaksi menggunakan mobile banking BSI tidak memiliki resiko yang tinggi					
2	Saya mengalami kerugian jika bertransaksi menggunakan mobil banking BSI					
3	Saya merasa gangguan jaringan dalam layanan mobile banking BSI sangat rendah					
4	Saya merasa bahwa menggunakan mobile banking BSI dapat menjamin data pribadi nasabah dengan baik dan aman					

D. Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya menggunakan mobile banking BSI karena sesuai dengan kebutuhan saya					
2	Saya menggunakan mobile banking BSI karena keinginan sendiri					
3	Saya merasa puas setelah menggunakan layanan mobile banking BSI					
4	Saya memutuskan menggunakan mobile banking BSI karena mudah dan membuat saya ingin selalu bertransaksi.					
5	Saya akan merekomendasikan layanan mobile banking BSI kepada orang lain seperti keluarga, teman dll.					

Lampiran 2: Tabulasi Data Kuesioner**REKAP DATA PENELITIAN****Persepsi Manfaat****(X1)**

No Responden	Persepsi Manfaat (X1)				TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
1	4	4	5	5	18
2	4	4	4	5	17
3	5	5	5	5	20
4	4	4	4	5	17
5	4	4	5	5	18
6	4	4	4	4	16
7	4	4	4	4	16
8	5	5	5	5	20
9	5	4	5	5	19
10	4	4	5	5	18
11	5	4	5	5	19
12	4	4	4	4	16
13	5	5	5	5	20
14	2	4	4	4	14
15	4	4	4	4	16
16	5	4	5	5	19
17	4	4	4	5	17
18	4	4	5	5	18
19	4	4	4	4	16
20	4	4	5	4	17
21	5	5	5	5	20
22	5	4	4	4	17
23	4	4	4	5	17
24	5	4	4	5	18

25	4	4	4	4	16
26	4	4	4	4	16
27	4	4	5	5	18
28	4	4	4	4	16
29	4	4	5	5	18
30	4	4	5	5	18
31	4	4	4	4	16
32	5	4	5	5	19
33	4	4	4	4	16
34	4	4	5	5	18
35	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	16
37	5	5	5	5	20
38	4	4	5	4	17
39	4	4	5	5	18
40	4	4	5	5	18
41	4	4	4	4	16
42	5	5	5	5	20
43	4	4	4	4	16
44	4	4	4	4	16
45	4	4	5	5	18
46	3	4	4	5	16
47	4	4	5	5	18
48	4	4	4	4	16
49	5	4	5	5	19
50	4	4	4	4	16
51	4	4	4	5	17
52	5	5	5	5	20
53	5	4	4	5	18
54	3	4	5	4	16

55	4	4	4	4	16
56	4	5	4	4	17
57	4	4	4	4	16
58	4	4	4	4	16
59	4	4	4	4	16
60	4	4	5	5	18
61	4	5	3	4	16
62	5	4	4	4	17
63	4	4	4	4	16
64	4	4	5	5	18
65	4	4	4	4	16
66	5	5	5	5	20
67	4	4	4	4	16
68	5	4	4	5	18
69	5	5	5	5	20
70	4	4	4	4	16
71	4	4	5	5	18
72	5	5	5	5	20
73	4	4	5	5	18
74	4	4	4	4	16
75	5	5	5	5	20
76	4	4	4	4	16
77	4	4	4	4	16
78	5	5	4	4	18
79	4	4	4	4	16
80	4	4	4	4	16
81	4	4	5	5	18
82	4	4	4	4	16
83	4	4	4	4	16
84	4	4	5	5	18

85	4	4	4	4	16
86	5	5	5	5	20
87	5	5	5	5	20
88	5	5	5	5	20
89	4	4	4	4	16
90	5	5	5	5	20
91	4	4	4	4	16
92	5	5	5	5	20
93	4	4	4	4	16
94	4	4	4	4	16
95	4	4	4	4	16

Persepsi Kemudahan

(X2)

No Responden	Persepsi Kemudahan (X2)				TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
1	4	4	5	5	18
2	4	4	5	4	17
3	4	4	5	5	18
4	4	4	4	5	17
5	5	4	4	4	17
6	4	5	5	4	18
7	5	5	4	4	18
8	4	5	5	4	18
9	4	4	4	4	16
10	5	4	5	4	18
11	4	4	4	4	16
12	5	5	5	5	20
13	4	4	4	5	17
14	4	4	4	4	16

15	5	5	5	4	19
16	4	4	5	5	18
17	4	4	4	5	17
18	4	4	4	4	16
19	4	4	4	4	16
20	5	5	5	5	20
21	5	5	5	5	20
22	4	4	4	4	16
23	4	4	5	4	17
24	4	4	4	4	16
25	5	4	4	5	18
26	5	4	4	5	18
27	4	4	4	4	16
28	4	4	4	4	16
29	4	4	5	4	17
30	4	4	4	4	16
31	4	4	4	4	16
32	5	5	5	5	20
33	4	4	4	4	16
34	4	4	4	5	17
35	5	5	5	4	19
36	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20
38	5	4	4	4	17
39	4	5	4	5	18
40	4	4	4	4	16
41	4	4	4	4	16
42	5	5	4	4	18
43	4	4	4	5	17
44	4	4	4	4	16

45	4	4	4	4	16
46	4	4	4	5	17
47	4	5	4	4	17
48	4	4	4	4	16
49	5	5	4	4	18
50	4	4	4	4	16
51	4	4	4	4	16
52	5	5	5	5	20
53	4	4	4	4	16
54	4	4	5	4	17
55	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	16
57	4	4	5	4	17
58	5	4	4	5	18
59	5	4	4	5	18
60	4	4	4	4	16
61	5	5	4	4	18
62	4	5	5	5	19
63	4	4	5	5	18
64	4	4	4	4	16
65	4	4	4	4	16
66	4	4	4	4	16
67	5	5	5	4	19
68	5	5	5	5	20
69	5	5	5	5	20
70	4	4	4	4	16
71	5	5	5	4	19
72	5	5	4	5	19
73	4	5	4	5	18
74	4	4	4	4	16

75	4	4	4	4	16
76	4	4	4	4	16
77	4	4	4	4	16
78	5	5	5	5	20
79	5	5	4	4	18
80	4	4	4	4	16
81	5	5	4	4	18
82	4	4	4	4	16
83	5	5	5	5	20
84	5	5	5	5	20
85	4	4	4	4	16
86	5	5	5	5	20
87	5	5	5	5	20
88	5	5	5	5	20
89	4	4	4	4	16
90	5	5	5	5	20
91	4	4	4	4	16
92	5	5	5	5	20
93	5	5	4	4	18
94	4	4	4	4	16
95	5	5	4	4	18

Persepsi Resiko

(X3)

No Responden	Persepsi Resiko (X3)				TOTAL X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
1	4	2	3	4	13
2	4	2	4	4	14
3	3	3	3	3	12
4	5	3	4	4	16

5	4	3	3	5	15
6	4	3	4	5	16
7	4	3	3	5	15
8	4	3	4	4	15
9	4	2	4	4	14
10	4	3	4	4	15
11	4	2	4	4	14
12	5	3	3	5	16
13	4	3	3	4	14
14	4	2	2	4	12
15	4	3	3	5	15
16	4	1	1	4	10
17	5	3	3	5	16
18	4	3	3	4	14
19	4	3	4	4	15
20	4	4	4	4	16
21	5	1	1	5	12
22	4	3	3	4	14
23	5	3	4	5	17
24	5	3	3	5	16
25	4	3	3	4	14
26	4	3	3	5	15
27	4	3	3	4	14
28	5	3	5	5	18
29	5	3	5	5	18
30	4	3	3	5	15
31	5	3	3	5	16
32	5	3	3	5	16
33	5	3	3	5	16
34	4	3	3	5	15

35	5	3	3	5	16
36	5	3	3	5	16
37	4	1	3	3	11
38	4	2	3	5	14
39	4	3	4	5	16
40	4	3	4	4	15
41	4	2	3	4	13
42	5	5	5	5	20
43	4	3	3	5	15
44	4	3	2	5	14
45	4	3	3	5	15
46	4	3	3	5	15
47	4	2	2	4	12
48	5	5	5	5	20
49	5	3	3	5	16
50	4	3	3	5	15
51	4	3	4	4	15
52	4	2	3	4	13
53	4	3	3	5	15
54	4	3	3	5	15
55	4	3	3	4	14
56	4	4	4	4	16
57	4	2	4	4	14
58	5	3	3	5	16
59	5	3	3	5	16
60	5	3	3	5	16
61	4	1	1	5	11
62	5	4	4	5	18
63	4	3	3	5	15
64	4	3	3	5	15

65	5	3	3	5	16
66	5	3	3	5	16
67	5	3	3	5	16
68	4	3	3	5	15
69	5	3	3	5	16
70	4	3	3	5	15
71	5	3	3	5	16
72	5	4	4	5	18
73	5	3	3	5	16
74	5	4	4	5	18
75	4	3	3	5	15
76	4	3	3	5	15
77	5	3	3	5	16
78	4	3	3	5	15
79	5	3	3	5	16
80	4	3	3	5	15
81	5	3	3	5	16
82	5	3	3	5	16
83	5	3	3	5	16
84	5	3	3	5	16
85	4	3	3	4	14
86	5	3	3	5	16
87	5	3	3	5	16
88	5	3	3	5	16
89	5	3	3	5	16
90	5	3	3	5	16
91	4	3	3	5	15
92	4	3	3	5	15
93	4	3	3	5	15
94	5	3	3	5	16

95	5	3	3	5	16
----	---	---	---	---	-----------

Keputusan (Y)

No Responden	Keputusan (Y)					TOTAL Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	5	5	4	22
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	4	4	23
6	4	4	4	5	4	21
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	5	4	21
9	5	4	4	4	5	22
10	4	4	5	4	5	22
11	5	4	4	4	5	22
12	4	5	5	4	5	23
13	4	4	5	4	5	22
14	4	4	4	4	4	20
15	4	4	4	4	4	20
16	4	5	5	5	5	24
17	5	5	5	4	5	24
18	4	5	5	4	5	23
19	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	4	5	21
21	5	5	5	3	5	23
22	5	5	5	4	5	24
23	5	5	5	5	5	25
24	4	4	4	4	4	20

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

55	4	4	4	4	4	20
56	5	5	4	4	4	22
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20
59	4	5	5	4	5	23
60	4	5	4	5	5	23
61	5	5	4	5	5	24
62	4	5	5	4	5	23
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	4	20
65	5	5	5	4	4	23
66	5	5	4	4	5	23
67	5	4	4	4	4	21
68	5	5	5	4	4	23
69	4	4	4	5	5	22
70	4	4	4	4	4	20
71	5	5	5	4	5	24
72	5	5	4	4	5	23
73	4	4	4	4	4	20
74	4	5	4	4	5	22
75	5	5	5	4	4	23
76	4	4	4	4	4	20
77	4	4	4	4	4	20
78	5	5	5	4	5	24
79	4	4	4	4	4	20
80	4	4	4	4	4	20
81	5	5	5	4	4	23
82	5	5	4	4	5	23
83	5	5	5	4	5	24
84	5	5	5	4	4	23

85	4	4	4	4	4	20
86	5	5	5	4	5	24
87	5	5	5	5	5	25
88	5	5	5	4	4	23
89	5	5	5	4	4	23
90	5	5	5	4	4	23
91	4	4	4	4	4	20
92	5	5	5	5	5	25
93	5	5	5	4	4	23
94	5	5	5	4	5	24
95	5	5	5	4	4	23

Lampiran 3: Hasil Uji Penelitian

Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Persepsi Manfaat	95	14.00	20.00	17.3789	1.53802
Persepsi Kemudahan	95	16.00	20.00	17.4947	1.50088
Persepsi Resiko	95	10.00	20.00	15.2000	1.62821
Keputusan	95	19.00	25.00	22.0632	1.68100
Valid N (listwise)	95				

Uji Validitas Persepsi Manfaat (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Persepsi Manfaat
X1.1	Pearson Correlation	1	.607**	.382**	.446**	.785**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95
X1.2	Pearson Correlation	.607**	1	.347**	.337**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.001	.000
	N	95	95	95	95	95
X1.3	Pearson Correlation	.382**	.347**	1	.746**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000
	N	95	95	95	95	95
X1.4	Pearson Correlation	.446**	.337**	.746**	1	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	95	95	95	95	95
Persepsi Manfaat	Pearson Correlation	.785**	.702**	.806**	.823**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95

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

Uji Validitas Persepsi Kemudahan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Persepsi Kemudahan
X2.1	Pearson Correlation	1	.711**	.394**	.374**	.805**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95

X2.2	Pearson Correlation	.711**	1	.503**	.348**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000
	N	95	95	95	95	95
X2.3	Pearson Correlation	.394**	.503**	1	.431**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95
X2.4	Pearson Correlation	.374**	.348**	.431**	1	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	95	95	95	95	95
PersepsiKe mudah	Pearson Correlation	.805**	.831**	.753**	.697**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95

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

Uji Validitas Persepsi Resiko (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Persepsi Resiko
X3.1	Pearson Correlation	1	.284**	.113	.536**	.644**
	Sig. (2-tailed)		.005	.276	.000	.000
	N	95	95	95	95	95
X3.2	Pearson Correlation	.284**	1	.588**	.338**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.005		.000	.001	.000
	N	95	95	95	95	95
X3.3	Pearson Correlation	.113	.588**	1	-.084	.669**
	Sig. (2-tailed)	.276	.000		.416	.000
	N	95	95	95	95	95
X3.4	Pearson Correlation	.536**	.338**	-.084	1	.578**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.416		.000
	N	95	95	95	95	95
Persepsi Resiko	Pearson Correlation	.644**	.839**	.669**	.578**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95

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

Uji Validitas Keputusan Menggunakan (Y)

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Keputusan
Y. 1	Pearson Correlation	1	.657**	.476**	-.004	.301**	.727**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.970	.003	.000
	N	95	95	95	95	95	95
Y. 2	Pearson Correlation	.657**	1	.666**	.127	.473**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.221	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
Y. 3	Pearson Correlation	.476**	.666**	1	.057	.295**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.584	.004	.000
	N	95	95	95	95	95	95
Y. 4	Pearson Correlation	-.004	.127	.057	1	.268**	.376**
	Sig. (2-tailed)	.970	.221	.584		.009	.000
	N	95	95	95	95	95	95
Y. 5	Pearson Correlation	.301**	.473**	.295**	.268**	1	.691**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.004	.009		.000
	N	95	95	95	95	95	95
Keputusan	Pearson Correlation	.727**	.868**	.743**	.376**	.691**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95

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

Uji Realibilitas

1. Variabel Persepsi Manfaat (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	4

2. Variabel Persepsi Kemudahan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	4

3. Variabel Persepsi Resiko (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.620	4

4. Variabel Keputusan Menggunakan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.726	5

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.49752738
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.091
	Negative	-.090
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.051 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	9.902	2.671		3.707	.000		
Persepsi Manfaat	.336	.111	.307	3.032	.003	.849	1.178
Persepsi Kemudahan	.249	.113	.223	2.204	.030	.854	1.171
Persepsi Resiko	.129	.097	.125	1.330	.187	.990	1.010

a. Dependent Variable: Keputusan

Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.275	1.299		2.520	.013
Persep Manfaat	-.032	.054	-.066	-.589	.557
Persepsi Kemudahan	-.073	.055	-.147	-1.320	.190
Persepsi Resiko	-.010	.047	-.023	-.220	.827

a. Dependent Variable: Abs_RES

Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.902	2.671		3.707	.000
Persepsi Manfaat	.336	.111	.307	3.032	.003
Persepsi Kemudahan	.249	.113	.223	2.204	.030
Persepsi Resiko	.129	.097	.125	1.330	.187

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

Uji Parsial (Uji T)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.902	2.671		3.707	.000
Persepsi Manfaat	.336	.111	.307	3.032	.003
Persepsi Kemudahan	.249	.113	.223	2.204	.030

Persepsi Resiko	.129	.097	.125	1.330	.187
-----------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	54.818	3	18.273	7.888	.000 ^b
Residual	210.803	91	2.317		
Total	265.621	94			

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.454 ^a	.206	.180	1.52201

a. Predictors: (Constant), Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat

Lampiran 4: Surat Penelitian Dari BSI KCP Gubug

Gubug, 11 Mei 2023
NO.02 /030-3/0600

Kepada :
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl Prof Dr Hamka kampu III Ngaliyan Semarang 50185



PT. BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk
KCP GUBUG
Jl. Bhayangkara No. 31 Gubug
Kab. Grobogan- 58164
Telp. (0292) 5135444
www.bankbsi.co.id

Perihal : Surat Keterangan Penelitian an Nabila Annisa Lubis

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga Bapak / Ibu beserta seluruh jajaran FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG , senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat serta mendapat taufik dan hidayah dari Allah SWT.

Menunjuk permohonan Mahasiswi Bapak / Ibu dengan data sebagai berikut :

Nama : **Nabila Annisa Lubis**
NIM : **1905036007**
Prodi : **S1 PERBANKAN SYARIAH**

Untuk melakukan penelitian skripsi S1 dengan Judul "**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN BSI MOBILE BANKING BSI (BANK SYARIAH INDONESIA) (STUDI KASUS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP GUBUG)**"

Dengan ini saya menerangkan bahwa yang bersangkutan telah mendapatkan izin penelitian dan melakukan penelitian secara **Kuosioner** kepada Nasabah pada **17 s/d 19 April 2023** dikantor BSI KCP Gubug

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan untuk bisa digunakan sebagaimana mestinya, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PT BANK SYARIAH INDONESIA
KCP GUBUG

 **BSI** BANK SYARIAH
INDONESIA
KCP Gubug

Sri Wahyuni H
BOSM

Lampiran 5: Dokumentasi









DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nabila Annisa Lubis
Tempat, Tanggal Lahir : Medan, 28 Januari 2001
Nomor Induk Mahasiswa : 1905036007
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Pukat 1 No. 49 Medan, RT.003/RW.017,
Kel/Desa. Bantan Timur, Kec. Medan Tembung
e-mail : nabilaannisalubis@gmail.com
No. HP : 082267149026

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK IT Nurul Ilmi
2. SD Negeri 101778 Medan Estate
3. SMP Swasta IT Al-Hijrah
4. MAN I Kota Medan
5. UIN Walisongo Semarang

RIWAYAT ORGANISASI

1. HIMSU (Himpunan Mahasiswa Sumatera Utara)