

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN  
TERHADAP MINAT DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN  
MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA  
(Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Mandalan  
Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang  
Provinsi Sulawesi Selatan)**

**SKRIPSI**

*Disusun Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1  
Dalam Ilmu Perbankan Syariah*



**Oleh:**

**Hasmawati**

**1905036016**

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

**2023**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING



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

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdr. Hasmawati

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 : Hasmawati

NIM : 1905036016

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan)**

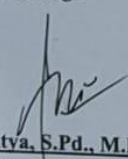
Dengan ini kami setuju dan mohon kiranya dapat segera dimunaqosahkan. Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*


Semarang, 8 Mei 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Fajar Adhitva, S.Pd., M.M.

NIP. 198910092015031003

  
Septiana Na'afi, SHL., MSI

NIP.198909242019032018

## 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

Skripsi Saudari : Hasmawati  
NIM : 1905036016  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan)

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal: 7 Juni 2023

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 7 Juni 2023

Ketua Sidang

Tri Widayastuti Ningsih, S. E. I.M. Ak  
NIP. 198710102019032017

Sekretaris Sidang

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

Penguji I

Mardhivaturosisitaningsih, S.E.Sv.,M.Pd.  
NIP. 199303112019032020

Penguji II

Ana Zahrotun Nihayah, S.E., M.A.  
NIP. 198907082019032018

Pembimbing I

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

Pembimbing II

Septiana Na'afi, S.H.I.,M.S.I.  
NIP. 198909242019032018



## MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ⑥ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ⑦ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ ⑧

*“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”.* (QS. Al-Insyirah: 6-8)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mempersembahkan skripsi yang telah penulis susun kepada:

1. Kedua orang tua yang saya cintai, Bapak Baharuddin dan Ibu Hamina yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya. Tiada kata yang cukup memadai untuk mengungkapkan betapa berharga peran serta dukungan dari ayah dan ibu dalam perjalanan hidup dan pendidikan saya. Ayah ibu adalah sumber inspirasi sejati bagi saya, yang telah memberikan cinta, dorongan, serta pengorbanan tanpa henti. Melalui skripsi ini, saya berusaha untuk mempresentasikan bagian dari perjalanan hidup kita bersama. Skripsi ini adalah buah dari upaya panjang, tantangan, dan kerja keras yang telah kita lalui bersama-sama. Namun kesuksesan skripsi ini tidaklah hanya milik saya, melainkan juga milik ayah dan ibu. Oleh karena itu, persembahan skripsi ini saya dedikasikan dengan penuh cinta dan hormat kepada ayah dan ibu. Tanpa ayah dan ibu semua ini tidak akan mungkin terjadi. Terima kasih atas segalanya, atas kasih sayang tanpa batas, dan atas semua pengorbanan yang telah ayah ibu lakukan untuk saya.
2. Kakak dan adik-adik saya Kamaluddin, Heri Hermawan, Hilda Yanti, Herfiani dan Haerul Syaputra yang senantiasa memberikan doa, dukungan serta motivasi yang tak ternilai bagi saya. Terima kasih telah menjadi kakak dan adik yang menjadi sumber inspirasi saya dalam menyelesaikan pendidikan ini.
3. Keluarga besar saya terima kasih selalu memberi dukungan, nasehat, motivasi serta doa kepada saya.
4. Ikram Maulana yang telah banyak membantu dan memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

## DEKLARASI



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

### DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hasmawati  
NIM : 1905036016  
Jurusan/ Program Studi : S1 Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

“PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN *MOBILE BANKING* BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT DESA MANDALAN KECAMATAN CURIO KABUPATEN ENREKANG PROVINSI SULAWESI SELATAN)”.

Dengan penuh kejujuran serta tanggung jawab, penulis melaporkan bahwa skripsi ini tidak berisi modul yang sudah sempat ditulis oleh orang lain ataupun diterbitkan. Demikian pula skripsi ini tidak berisi pikiran-pikiran orang lain, kecuali data yang ada dalam rujukan yang dijadikan bahan referensi.

Semarang, 16 Mei 2023

Deklarator



Hasmawati

NIM. 1905036016

## 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 ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu pedoman transliterasi sebagai berikut:

### A. Konsonan

|              |             |       |
|--------------|-------------|-------|
| ء = ' (Alif) | 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 = ' (Ain) | ي = y |
| ذ = dz       | غ = gh      |       |
| ر = r        | ف = f       |       |

### B. Vokal

-َ = a

-ِ = i

-ُ = u

### D. Diftong

اي = ay

او = aw

### E. Syaddah ( -َ )

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

#### **F. 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.

#### **G. Ta' Marbutah ( ة )**

Setiap ta' marbutah ditulis dengan "h" misalnya المعيشة الطبيعية *al-*  
*ma 'isyah al-thabi 'iyyah*.



## ABSTRAK

*Mobile banking* adalah teknologi yang dapat melakukan transaksi tanpa tunai (*cashless*) yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi keuangan dengan cepat dan mudah, tanpa harus mengunjungi cabang bank fisik. Penggunaan layanan *mobile banking* memiliki banyak manfaat dan kemudahan bagi pihak bank maupun bagi nasabah. Dalam pra riset yang dilakukan peneliti terhadap 30 responden di Desa Mandalan, ditemukan bahwa sebanyak 80% atau 24 orang dari mereka belum menggunakan layanan *mobile banking*, meskipun *mobile banking* menawarkan berbagai manfaat dan kemudahan, sedangkan sisanya sebesar 20% sudah menggunakan layanan *mobile banking*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan. Sampel yang diambil sebanyak 88 responden dengan teknik *purposive sampling*. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan alat bantu *IBM SPSS Versi 25*. Analisis data menggunakan model regresi linier berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan dengan variabel dependen yaitu minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*, yang artinya semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap manfaat layanan *mobile banking*, semakin besar minat masyarakat dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Selain itu, persepsi kemudahan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Masyarakat yang merasa bahwa layanan *mobile banking* mudah digunakan cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

**Kata kunci:** Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, minat, dan layanan *mobile banking*

## **ABSTRACT**

*Mobile banking is a technology that allows cashless transactions (cashless) that allows customers to make financial transactions quickly and easily, without having to visit a physical bank branch. The use of mobile banking services has many benefits and conveniences for the bank and for customers. In the pre-research conducted by researchers on 30 respondents in Mandalan Village, it was found that as many as 80% or 24 of them had not used mobile banking services, even though mobile banking offered various benefits and conveniences, while the remaining 20% had used mobile banking services.*

*This study aims to determine the effect of perceived benefits and perceived convenience on interest in using mobile banking services. The research method used is a quantitative method using primary data obtained through distributing questionnaires to the people of Mandalan Village, Curio District, Enrekang Regency, South Sulawesi Province. The samples taken were 88 respondents with purposive sampling technique. The data obtained was then processed using the IBM SPSS Version 25 tool. Data analysis used a multiple linear regression model to test the relationship between the independent variables, namely perceived benefits and perceived convenience with the dependent variable, namely interest in using mobile banking services.*

*The results of this study indicate that perceived benefits have a positive and significant influence on interest in using mobile banking services, which means that the higher the public's perception of the benefits of mobile banking services, the greater the public's interest in using mobile banking services. In addition, perceived convenience also has a positive and significant influence on interest in using mobile banking services. People who feel that mobile banking services are easy to use tend to have a higher interest in using mobile banking services.*

**Keywords:** *Perceived benefits, perceived convenience, interest, and mobile banking services*

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, penulis panjatkan puja dan puji syukur atas kehadirat-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan)”** sebagai salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan studi S1 Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag selaku rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. Muhammad Saifullah, M.Ag selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Ibu Heny Yuningrum, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Ibu Muyassarah, M.Si selaku Sekretaris Jurusan prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
5. Bapak Fajar Adhitya, S.Pd., M.M. selaku dosen pembimbing I dan Ibu Septiana Na’afi, SHI., M.Si. selaku dosen pembimbing II yang selalu bersedia meluangkan waktu, memberikan arahan, masukan serta saran dan bimbingan. Sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

6. Bapak Dr. Setyo Budi Hartono, M.Si. selaku dosen wali yang telah sabar memberikan arahan dan masukan selama penulis menuntut ilmu di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
7. Seluruh dosen beserta staf Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah membantu, mendidik, dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama menjalani perkuliahan.
8. Teman-teman di perantauan yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu yang telah aktif memberi dukungan, motivasi, masukan dan bantuan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Masyarakat Desa Mandalan yang telah berpartisipasi menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner sehingga sangat membantu dalam mendapatkan informasi yang akurat dan berguna.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini kedepan.

Semarang, 8 Mei 2023

**Hasmawati**  
**NIM.1905036016**

## DAFTAR ISI

|  |              |
|--|--------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL</b> .....                                | <b>i</b>     |
| <b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....                        | <b>ii</b>    |
| <b>PENGESAHAN</b> .....                                    | <b>iii</b>   |
| <b>MOTTO</b> .....   | <b>iv</b>    |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....                           | <b>v</b>     |
| <b>DEKLARASI</b> .....                                     | <b>vi</b>    |
| <b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....                         | <b>vii</b>   |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                       | <b>ix</b>    |
| <b>ABSTRACT</b> .....                                      | <b>x</b>     |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                | <b>xi</b>    |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                    | <b>xiii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                  | <b>xvi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                 | <b>xvii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                               | <b>xviii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                             | <b>1</b>     |
| 1.1 Latar Belakang .....                                   | 1            |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                  | 10           |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                 | 11           |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                | 11           |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....                            | 12           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....                       | <b>13</b>    |
| 2.1 Landasan Teori .....                                   | 13           |
| 2.1.1 Theory of Technology Acceptance Model (TAM).....     | 13           |
| 2.1.2 Persepsi .....                                       | 14           |
| 2.1.3 Persepsi Manfaat .....                               | 15           |
| 2.1.4 Persepsi Kemudahan .....                             | 18           |
| 2.1.5 Minat .....  | 20           |
| 2.1.6 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat..... | 21           |
| 2.1.7 <i>Mobile Banking</i> .....                          | 23           |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....                             | 24           |
| 2.3 Kerangka Pemikiran Teori .....                         | 30           |

|   |  |           |
|---|--|-----------|
| 2.4                                     | Hipotesis Penelitian.....                              | 31        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>   |  | <b>34</b> |
| 3.1                                     | Jenis Penelitian .....                                 | 34        |
| 3.2                                     | Sumber Data.....                                       | 34        |
| 3.3                                     | Populasi dan Sampel .....                              | 35        |
| 3.3.1                                   | Populasi .....   | 35        |
| 3.3.2                                   | Sampel .....   | 35        |
| 3.4                                     | Teknik Pengumpulan Data.....                           | 36        |
| 3.5                                     | Definisi Operasional .....                             | 36        |
| 3.6                                     | Uji Deskriptif .....                                   | 39        |
| 3.7                                     | Teknik Analisis Data.....                              | 39        |
| 3.7.1                                   | Uji Validitas .....                                    | 39        |
| 3.7.2                                   | Uji Reliabilitas .....                                 | 40        |
| 3.8                                     | Uji Asumsi Klasik .....                                | 40        |
| 3.8.1                                   | Uji Normalitas.....                                    | 41        |
| 3.8.2                                   | Uji Multikolinearitas.....                             | 41        |
| 3.8.3                                   | Uji Heteroskedastisitas .....                          | 42        |
| 3.8.4                                   | Analisis Regresi Linear Berganda.....                  | 42        |
| 3.9                                     | Uji Hipotesis .....                                    | 43        |
| 3.9.1                                   | Uji Parsial (Uji t) .....                              | 43        |
| 3.9.2                                   | Uji f (Uji Simultan) .....                             | 43        |
| 3.9.3                                   | Uji R <sup>2</sup> (Koefisien Determinasi).....        | 44        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b> |  | <b>45</b> |
| 4.1                                     | Gambaran Umum Objek Penelitian .....                   | 45        |
| 4.1.1                                   | Sejarah Desa Mandalan .....                            | 45        |
| 4.1.2                                   | Geografis .....  | 45        |
| 4.1.3                                   | Sarana Prasarana.....                                  | 46        |
| 4.1.4                                   | Struktur Pemerintahan Desa Mandalan .....              | 46        |
| 4.2                                     | Karakteristik Responden .....                          | 50        |
| 4.2.1                                   | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 50        |
| 4.2.2                                   | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....          | 51        |
| 4.2.3                                   | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....    | 52        |
| 4.2.4                                   | Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....  | 52        |

|                              |   |           |
|------------------------------|---|-----------|
| 4.3                          | Deskripsi Data Penelitian .....   | 53        |
| 4.3.1                        | Deskripsi Variabel Persepsi Manfaat.....  | 53        |
| 4.3.2                        | Deskripsi Variabel Persepsi Kemudahan .....   | 54        |
| 4.3.3                        | Deskripsi Variabel Minat .....  | 55        |
| 4.4                          | Uji Validitas Dan Reliabilitas .....  | 55        |
| 4.4.1                        | Uji Validitas Instrumen .....   | 55        |
| 4.4.2                        | Uji Reliabilitas Instrumen .....  | 57        |
| 4.5                          | Uji Asumsi Klasik .....   | 57        |
| 4.5.1                        | Uji Normalitas.....   | 57        |
| 4.5.2                        | Uji Multikolinearitas.....  | 58        |
| 4.5.3                        | Uji Heteroskedastisitas .....   | 59        |
| 4.5.4                        | Uji Regresi Linear Berganda .....   | 61        |
| 4.6                          | Uji Hipotesis .....   | 62        |
| 4.6.1                        | Uji t.....  | 62        |
| 4.6.2                        | Uji f .....   | 64        |
| 4.6.3                        | Uji Koefisien Determinasi.....  | 65        |
| 4.7                          | Pembahasan Hasil Penelitian.....  | 66        |
| 4.7.1                        | Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Dalam Menggunakan<br>Layanan <i>Mobile Banking</i> .....   | 66        |
| 4.7.2                        | Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Dalam Menggunakan<br>Layanan <i>Mobile Banking</i> ..... | 67        |
| <b>BAB V KESIMPULAN.....</b> |   | <b>69</b> |
| 5.1                          | Kesimpulan .....  | 69        |
| 5.2                          | Saran.....  | 69        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  |   | <b>71</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>         |   | <b>79</b> |
| <b>RIWAYAT HIDUP .....</b>   |   | <b>84</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....                                    | 25 |
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional .....                                    | 37 |
| Tabel 4. 1 Sarana Prasarana .....  | 46 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....       | 51 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                 | 51 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....           | 52 |
| Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan..... | 53 |
| Tabel 4. 6 Frekuensi Responden Variabel Persepsi Manfaat.....            | 54 |
| Tabel 4. 7 Frekuensi Responden Variabel Persepsi Kemudahan.....          | 54 |
| Tabel 4. 8 Frekuensi Responden Variabel Minat.....                       | 55 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....                                      | 56 |
| Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas .....                                       | 57 |
| Tabel 4. 11 Uji Multikolinearitas .....                                  | 59 |
| Tabel 4. 12 Uji Heteroskedastisitas .....                                | 60 |
| Tabel 4. 13 Uji Regresi Linear Berganda .....                            | 61 |
| Tabel 4. 14 Uji t .....  | 63 |
| Tabel 4. 15 Uji f .....  | 65 |
| Tabel 4. 16 Uji Koefisien Determinasi .....                              | 65 |



## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Intensitas Pengguna Internet Dalam Melakukan Transaksi Perbankan .....                  | 3  |
| Gambar 1. 2 Pra Riset Pengguna Layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Di Desa Mandalan ..... | 8  |
| Gambar 2. 1 Model TAM .....   | 13 |
| Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran .....  | 31 |
| Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Mandalan .....                                    | 47 |
| Gambar 4. 2 Hasil Uji P-Plot .....  | 58 |
| Gambar 4. 3 P-Plot Uji Heteroskedastisitas .....  | 60 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian ..... | 80 |
| Lampiran 2 Penyebaran Kuesioner ..... | 86 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah memberikan dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal penggunaan internet. Internet telah menjadi sarana komunikasi dan sumber informasi yang semakin populer digunakan. Teknologi ikut berandil menjadi kebutuhan penting dalam operasional bisnis, baik teknologi informasi maupun komunikasi. Arus inovasi terus berkembang, mulai dari internet hingga sistem telepon yang mampu mempengaruhi dunia bisnis. Teknologi mampu mengubah hubungan perusahaan dengan pelanggan.<sup>1</sup>

Teknologi digital mengalami perkembangan yang sangat pesat di Indonesia. Hal ini disebabkan karena banyaknya jumlah pengguna layanan internet. Berdasarkan data dari statista, pengguna internet di Indonesia menempati peringkat keempat di dunia.<sup>2</sup> Tingginya pertumbuhan pengguna internet tersebut merupakan sebuah peluang untuk perbankan meningkatkan pelayanannya kepada nasabah untuk menciptakan suatu produk berbasis teknologi dalam melayani nasabahnya melakukan transaksi keuangan tanpa dibatasi waktu dan tempat. Hal tersebut mendorong industri perbankan untuk mengembangkan berbagai inovasi dalam peningkatan layanan berbasis digital guna memuaskan nasabahnya.<sup>3</sup> Saat ini perbankan diharapkan untuk saling bersaing mendominasi pasar perbankan digital guna menggunakan loyalitas nasabah melalui teknologi terkini. Dengan adanya peralihan bertransaksi dari konvensional ke digital, pola pikir nasabah dan

---

<sup>1</sup> May Roni Ismulyaty, Nurmaini, 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo)', *Jurnal Nisbah*, 8 (2022), h. 66–75.

<sup>2</sup> <https://www.statista.com>, 'Negara Dengan Jumlah Pengguna Internet Terbanyak 2023'. [accessed 26 March 2023].

<sup>3</sup> Oktovianus Sauw and others, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking Pada PT Bank Sulselbar Cabang Soppeng', *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 6.1 (2023), h. 39–53.

karyawan bank perlu diubah agar terbiasa dalam menggunakan layanan perbankan digital.<sup>4</sup>

Perbankan syariah telah mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir sebagai salah satu lembaga jasa keuangan syariah. Hal ini disebabkan banyaknya masyarakat yang memilih jasa keuangan berbasis syariah islam. Bank Syariah Indonesia menjadi salah satu bank yang menyediakan layanan digital sebagai upaya menghadapi persaingan dengan bank konvensional. Layanan digital terus dikembangkan dengan inovasi terbaru untuk memberikan pelayanan yang optimal, efektif, dan efisien kepada nasabah.<sup>5</sup> Sebelumnya nasabah sudah cukup puas dengan adanya transaksi menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM). Namun karena bertransaksi dengan menggunakan ATM tidak jauh beda dengan datang langsung ke bank, bahkan terkadang nasabah harus tetap mengantri untuk menunggu gilirannya tiba.<sup>6</sup> Selain itu, tingkat kriminalitas juga sangat tinggi saat menggunakan ATM, misalnya pelaku kejahatan menggunakan alat penyimpan uang yang ditempelkan pada mesin ATM yang digunakan sebagai duplikat tempat keluarnya uang.<sup>7</sup>

Hal ini membuat industri perbankan syariah meluncurkan *mobile banking*. *Mobile banking* adalah sebuah inovasi perbankan syariah yang memanfaatkan teknologi informasi guna memberikan kesempatan bagi bank untuk memberikan kemudahan dan keuntungan bagi nasabah. *Mobile banking* merupakan suatu fasilitas perbankan syariah yang menyediakan layanan melalui perangkat *mobile* untuk mengoptimalkan sistem perbankan syariah. Ketersediaan *smartphone* dan internet menjadi kunci utama bagi nasabah dalam mengoptimalkan penggunaan

---

<sup>4</sup> Yoannisa Fitriana Suhayati, Azri Nur Maulina, and Widwi Handari Adji, 'Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI Dan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah', 4.6 (2022), 1681–95.

<sup>5</sup> Yusuf Rombe, 'Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Jasa Perbankan Di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Pusat Jakarta Pusat', *Journal Ekonomika*, 2020.

<sup>6</sup> Nurdin Nurdin and others, 'Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)', *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2.1 (2020), h. 87–104.

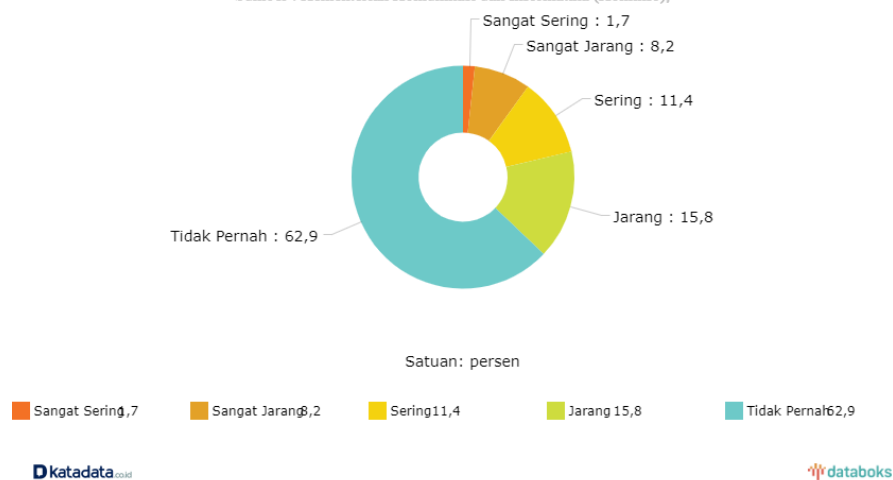
<sup>7</sup> John Reimon Batmetan and Triska Pinatik, 'Sistem Keamanan Anjungan Tunai Mandiri', *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 2018.

layanan *mobile banking*. nasabah dapat dengan lancar melaksanakan berbagai transaksi perbankan syariah hanya dengan mengandalkan koneksi internet dan telepon seluler. Dengan kehadiran fasilitas ini, setiap individu memiliki potensi untuk memanfaatkan layanan perbankan syariah secara fleksibel, dimana pun dan kapan pun nasabah inginkan. Pihak bank berharap bahwa kemudahan yang disediakan oleh layanan perbankan syariah ini akan menarik minat nasabah untuk memanfaatkannya secara maksimal.<sup>8</sup> *Mobile banking* berpeluang menjadi *channel* utama. Berbagai trend teknologi telah dilalui oleh *mobile banking*. Awalnya *mobile banking* menggunakan layanan SMS dengan menggunakan PIN, kemudian beralih ke akses melalui web seluler. Pengguna dapat menginstal aplikasi di ponsel mereka untuk mendapatkan akses ke layanan perbankan melalui perangkat seluler.

**Gambar 1. 1**

***Intensitas Pengguna Internet Dalam Melakukan Transaksi Perbankan***

Intensitas Penggunaan Internet untuk Akses Transaksi Perbankan (Internet Banking/Mobile Banking) 2021  
Sumber : Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo),



Sumber : databoks

Berdasarkan data diatas masih ada nasabah yang belum memanfaatkan internet dalam melakukan transaksi perbankan berupa *internet banking* atau *mobile banking*, persentase nasabah yang belum pernah menggunakan *internet banking* atau *mobile banking* mencapai 62,9. Jarang menggunakan *internet banking* atau

<sup>8</sup> Rosalin Yunita Aritonang and Isnadul Noer Afifah, 'Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan M-Banking Pada Pt Bank Sumut Kc Kisaran', *Jurnal Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, February, 2021, 450–58.

*mobile banking* sebanyak 15,8. Sangat jarang menggunakan *internet banking* atau *mobile banking* sekitar 8,2. Sering menggunakan *internet banking* atau *mobile banking* sebanyak 11,4. Sedangkan nasabah yang paling sering menggunakan internet dalam melakukan transaksi perbankan pada tahun 2021 sebanyak 1,7 saja. Dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2021 pengguna internet untuk keperluan transaksi perbankan lebih rendah dibandingkan pengguna internet yang tidak pernah memanfaatkan internet dalam transaksi perbankan.<sup>9</sup>

Periode 2022 nasabah Bank Syariah Indonesia sebanyak 97% telah beralih menggunakan *e-channel* untuk beraktivitas perbankan. Pada periode 1 Oktober 2022-31 Maret 2023 pengguna baru dan generasi milenial banyak yang membuka rekening BSI secara online dan melakukan transaksi secara online.<sup>10</sup> Sepanjang 2022 pengguna *Mobile banking* Bank Syariah Indonesia mengalami peningkatan sekitar 39% menjadi sebanyak 4,81 juta pengguna.<sup>11</sup> Tahun 2023 pun transaksi digital meningkat signifikan dengan mencapai 86,4 juta transaksi atau mencakup 57% transaksi, sedangkan sisanya masih memanfaatkan layanan fisik dengan datang langsung ke kantor cabang. Menurut Syafii hingga akhir kuartal I 2023, *user register* mencapai 5,18 juta atau tumbuh *year on year* 37% melalui transaksi *mobile banking*.<sup>12</sup>

*Mobile banking* adalah sebuah layanan yang disediakan oleh lembaga perbankan yang memberi kemudahan nasabahnya dalam proses transaksi keuangan dari jarak jauh dengan menggunakan perangkat *mobile* seperti *smartphone*, adapun layanan yang tersedia pada *mobile banking* seperti pembayaran, transfer, cek saldo, top up, dan lainnya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon genggam memungkinkan nasabahnya untuk melakukan aktivitas perbankan dengan lebih

---

<sup>9</sup> Annisa Mutia, 'Survei: Mayoritas Publik Indonesia Belum Pernah Akses Internet Atau Mobile Banking', *Katadata.Co.Id* <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/06/survei-mayoritas-publik-indonesia-belum-pernah-akses-internet-atau-mobile-banking>> [accessed 20 March 2023].

<sup>10</sup> 'BSI Bank Syariah Indonesia' <<https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-terus-dorong-aktivasi-digital-transaksi-via-bsi-mobile-lebih-masif>> [accessed 3 April 2023].

<sup>11</sup> 'CNBC Indonesia' <<https://www.cnbcindonesia.com/market/20230216162859-17-414430/pengguna-meleset-transaksi-bsi-mobile-diproyeksi-naik-23>> [accessed 20 March 2023].

<sup>12</sup> Prisma Ardianto, 'Kuartal I 2023, Pengguna BSI Mobile Tembus 5,18 Juta', *Beritasatu.Com*, 2023. [accessed 3 May 2023].

mudah tanpa terikat ruang dan waktu.<sup>13</sup> Dengan munculnya layanan *mobile banking* maka bank berpotensi memberikan efisiensi kepada nasabah dalam bertransaksi non tunai. Industri perbankan meningkatkan *platform mobile banking* yang dilengkapi dengan fasilitas dan fitur yang unggul untuk mempertahankan persaingan yang kompetitif dalam dunia perbankan. Dengan kemudahan penggunaan aplikasi *mobile banking* maka akan meningkatkan minat nasabah.

Minat merupakan salah satu ketertarikan pada sesuatu yang relatif stabil, penting untuk tetap memperhatikan dan mengingat dengan konsisten, yang diiringi oleh rasa senang. Sehingga mempengaruhi tindakan, minat akan muncul ketika ada perhatian yang kuat terhadap suatu objek, dampak dari perhatian tersebut menghasilkan dorongan untuk memperoleh pengetahuan dan menguji kebenarannya. Sebagai contoh objek yang dimaksud adalah layanan perbankan syariah berupa *mobile banking*. Meskipun *mobile banking* memberikan berbagai manfaat dan kemudahan, minat seseorang sebagai pengguna untuk sepenuhnya memanfaatkan layanan perbankan tersebut tidak selalu berjalan lurus. Terdapat faktor yang mempengaruhi minat seseorang sebagai nasabah perbankan syariah dalam mengadopsi layanan baru berupa *mobile banking*, salah satunya ialah persepsi nasabah itu sendiri.<sup>14</sup>

Persepsi manfaat merupakan tingkat kepercayaan mengenai seberapa besar keyakinan seseorang terhadap pengaplikasian suatu sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja pekerjaan.<sup>15</sup> Perihal tersebut bila dikaitkan dengan pengguna layanan *mobile banking* ada beberapa kontribusi dari penggunaan layanan *mobile banking* dalam mengoptimalkan kinerja pengguna, misalnya meningkatkan proses transaksi yang lebih efisien serta menghemat waktu. Dengan adanya manfaat

---

<sup>13</sup> Nur Inayah, Ratno Agriyanto, and Warno, 'The Role of Spirituality in the Behavior of Sharia Bank Mobile Banking: Evidence from Indonesia', *Walisono: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 26.1 (2018), h. 197.

<sup>14</sup> Mahmudah and Rahmatika, '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 Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 6 No. (2021), h. 423.

<sup>15</sup> Hashan N. Ratnayake and Sarath S. Kodithuwakku, 'Examining Factors Influencing The Behavioural Intention Of Using Mobile Banking: A Structural Equation Modelling Approach', *International Conference On Business Management*, 2022.

teknologi tersebut diharapkan oleh nasabah pengguna layanan *mobile banking* untuk melaksanakan transaksinya.<sup>16</sup> Namun hal ini berbeda dengan apa yang terjadi di lapangan, setelah peneliti melakukan pra riset dengan masyarakat pedesaan masih ada yang belum menggunakan *mobile banking*. Selain itu, *mobile banking* juga dipengaruhi oleh persepsi kemudahan. Persepsi kemudahan sangat penting bagi pengguna layanan *mobile banking* dengan keleluasaan waktu dan tempat, sebab memungkinkan mereka melakukan transaksi di manapun dan kapanpun mereka inginkan. *mobile banking* juga menawarkan akses yang mudah dan fleksibel, tanpa kesulitan dalam menjalankan transaksi perbankan. Ketika seseorang berpersepsi bahwa layanan *mobile banking* yang disediakan oleh bank dianggap mudah, maka akan cenderung dalam mengadopsi *mobile banking*.<sup>17</sup>

Persepsi kemudahan mencerminkan sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem tertentu dapat mengurangi kesulitan atau tindakan yang dibutuhkan nasabah saat melakukan sesuatu. Persepsi kemudahan mengacu pada keyakinan pengguna bahwa sistem teknologi yang digunakan tidak membutuhkan upaya yang besar saat digunakan. Kemudahan penggunaan yang dirasakan didasarkan pada sejauh mana calon pengguna mengharapkan sistem yang akan digunakan bebas dari kesulitan artinya seseorang yakin bahwa teknologi tersebut mudah dipahami dan mudah digunakan.<sup>18</sup> Namun pada faktanya, setelah peneliti melakukan pra riset, ternyata masyarakat yang tinggal di pedesaan lebih cenderung memilih melakukan transaksi secara langsung ke bank dibandingkan dengan menggunakan *mobile banking*. Hal ini disebabkan karena kurangnya pemahaman masyarakat terkait penggunaan *mobile banking*, selain itu, sistem dari *mobile banking* sering *error*.

---

<sup>16</sup> Yulia Widi Astuti, Ratno Agriyanto, and Ahmad Turmudzi, 'Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah', *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19.3 (2020), 134–58.

<sup>17</sup> Fernanda Idham Kholid and Embun Duriyani Soemarso, 'Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah, Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT. Bank BNI Syariah KCP Magelang', *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8, h. 50.

<sup>18</sup> Surya Adi Rahman, Fajar Adhitya, and Novan Erlandika, 'The Effect Of Usability Perception And Easy Perception Of Real Use In Online Purchasing Transactions', *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 1.1 (2019), h. 61–74.



Seiring berkembangnya teknologi, fenomena bertransaksi tanpa uang tunai (*Cashless*) saat ini menjadi hal yang cukup membantu. Dengan *Cashless*, seseorang tidak perlu repot menggunakan uang tunai saat bertransaksi bahkan kegiatan pembayaran bisa dilakukan hanya dengan menggunakan Handphone. Dewasa ini penggunaan internet sudah tidak lepas dari kehidupan manusia. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) pada periode 2021-2023 pengguna internet meningkat sebesar 2,67%.<sup>19</sup> Hal ini mencerminkan tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia tidak lepas dari pesatnya perkembangan teknologi. Pelayanan-pelayanan digital serta *self service* yang sudah mulai digunakan sedari dulu kini semakin diadopsi dan diterapkan di Indonesia. Bahkan kemenkumham mengedepankan pelayanan publik digital agar masyarakat lebih merasa aman.

Perkembangan sistem informasi dan komunikasi yang semakin pesat telah berdampak signifikan pada industri perbankan syariah di Indonesia, khususnya pada pengguna layanan perbankan syariah melalui teknologi *mobile banking*. *Mobile banking* adalah sebuah layanan yang memfasilitasi nasabah untuk mengakses layanan perbankan dengan menggunakan perangkat seluler seperti *smartphone* atau tablet. Di Indonesia industri perbankan syariah telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Namun, masih banyak daerah di Indonesia yang minim fasilitas bank syariah, sehingga sulit bagi nasabah untuk mengakses layanan perbankan syariah secara langsung. Dalam situasi seperti ini, *mobile banking* menjadi salah satu alternatif yang tepat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan pelayanan perbankan syariah, terutama bagi masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan yang tergolong daerah yang minim akan fasilitas bank syariah. Dengan hadirnya *mobile banking*, maka masyarakat pedesaan dapat melakukan transaksi perbankan, selain itu, dengan hadirnya layanan *mobile banking* bank syariah yang mudah diakses sehingga masyarakat pedesaan dapat dengan mudah mengakses layanan *mobile banking* kapan saja dan dimana saja tanpa perlu khawatir akan jarak dan waktu akses bank.

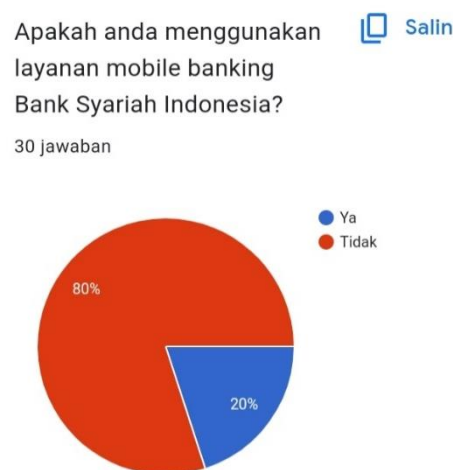
---

<sup>19</sup> Dataindonesia.id, 'APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta Pada 2022-2023'. [accessed 20 March 2023].

Keberadaan *mobile banking* sangat membantu dan memudahkan masyarakat yang tinggal di daerah yang minim akan fasilitas perbankan dalam melakukan transaksi, karena dengan hadirnya *mobile banking* masyarakat dapat mengakses semua proses perbankan tanpa perlu mengunjungi langsung kantor bank, baik dari melakukan transfer antar bank, dapat melayani nasabah dalam waktu 24 jam termasuk hari libur, sehingga tidak ada aktivitas ekonomi yang menghambat dengan jam kerja lainnya. Bahkan dengan pembukaan rekening pun sudah tidak perlu datang langsung ke bank, selain itu, penarikan tunai juga dapat dilakukan tanpa menggunakan kartu ATM yang dimana jika menggunakan ATM sangat rentan tindakan pencurian seperti *skimming*. Namun, dengan banyaknya manfaat dan kemudahan yang telah ditawarkan perbankan syariah melalui layanan *mobile banking* ternyata dilapangan masih banyak kalangan masyarakat pedesaan yang belum mengadopsi layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia, meskipun telah tersedia.

### Gambar 1.2

#### Pra Riset Pengguna Layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Di Desa Mandalan



(Sumber: Penelitian pra riset,2023)

Berdasarkan pra riset yang telah dilakukan oleh peneliti kepada 30 responden menyatakan bahwa masyarakat Desa Mandalan yang belum menggunakan layanan *mobile banking* sebesar 80% atau 24 orang, Meskipun

*mobile banking* menawarkan berbagai manfaat dan kemudahan, sedangkan sisanya sebesar 20% sudah menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini disebabkan karena masih berpersepsi bahwa manfaat penggunaan *mobile banking* tidak beda jauh dengan datang langsung ke bank. selain itu, beberapa masyarakat berpersepsi bahwa penggunaan layanan *mobile banking* itu sulit dan rumit digunakan, oleh sebab itu masyarakat di Desa Mandalan belum begitu memahami dan mengenali manfaat dan kemudahan yang didapatkan dari penggunaan layanan *mobile banking*. Desa Mandalan juga termasuk desa yang cukup jauh dari pelayanan bank, sehingga menjadi alasan peneliti memilih Desa Mandalan sebagai tempat penelitian karena dinilai tepat untuk merealisasikan manfaat dan kemudahan yang ditawarkan perbankan syariah berupa *mobile banking*.

Penelitian sebelumnya tentang minat menggunakan *mobile banking* telah banyak dilakukan, namun menunjukkan temuan yang beragam. Penelitian yang dilaksanakan oleh Margaretha Oktavia Pranoto (2022) Politeknik Negeri Semarang berjudul “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran)” temuan yang didapatkan penelitian ini adalah persepsi kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Sebaliknya persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*<sup>20</sup>

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Zuliani dan Nisa Ayu Purwati (2021) Universitas Serambi Mekkah dengan judul “Faktor faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* bank syariah” temuan penelitian mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan

---

<sup>20</sup> Margaretha Oktavia Pranoto and R. Gunawan Setianegara, ‘Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking ( Studi Kasus Pada PT Bank Rakyat Indonesia ( Persero ) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran )’, *Jurnal Keunis Majalah Ilmiah*, 8.2302 (2020), h. 1–9.

*mobile banking* sedangkan pada persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.<sup>21</sup>

Berdasarkan fenomena dan penelitian-penelitian terdahulu yang masih belum konsisten sehingga memunculkan suatu *Research Gap* yang akan diteliti oleh peneliti, dimana penelitian ini berfokus pada dua variabel yaitu variabel persepsi manfaat serta variabel persepsi kemudahan yang berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, serta keamanan. Penelitian terdahulu masih berbeda-beda ada yang berpengaruh positif dan ada yang berpengaruh negatif, sehingga penulis akan meriset ulang apakah kedua variabel tersebut berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Di samping itu, penulis juga mempertimbangkan perbedaan dari segi lokasi penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan sekarang. Oleh karena itu, penulis memilih topik penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan).**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan analisis latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka persoalan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia pada Masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia pada Masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan?

---

<sup>21</sup> Zuliani and Nisa Ayu Purwati, ‘Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah’, *Jurnal Serambi Konstruktivis*, 2021.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini diharapkan mencakup hal-hal berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia di Masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia di Masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kemajuan dan pemahaman dalam bidang ilmu yang sedang diteliti. Beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harapan dari hasil penelitian ini adalah memberikan kontribusi praktis dan bernilai bagi perusahaan Bank Syariah Indonesia untuk mengembangkan sistem *mobile banking* di masa depan. Dengan demikian, sistem tersebut dapat memberikan kenyamanan, keamanan, serta berbagai fitur menarik. Agar nasabah Bank Syariah Indonesia tetap menerima dan memanfaatkan fasilitas layanan *mobile banking* dengan baik.
2. Memberi keuntungan dalam aspek teoritis dan praktis untuk memperkaya pemahaman penggunaan layanan *mobile banking*.
3. Memberi manfaat bagi masyarakat pedesaan yang minim akan fasilitas bank mengenai wawasan dan pengetahuan tentang penggunaan layanan *mobile banking* sebagai alternatif yang memberikan kemudahan untuk melakukan transaksi perbankan.
4. Sebagai panduan atau sumber informasi dalam pemanfaatan *mobile banking* dan dapat menjadi pegangan bagi peneliti di masa mendatang.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini terdiri dari lima bab yang masing-masing diuraikan secara rinci sebagai berikut:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini pendahuluan dapat dijadikan sebagai tumpuan pembahasan bab-bab selanjutnya, secara umum bab ini memuat tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini penulis mendeskripsikan semua teori yang berhubungan dengan judul penelitian ini dengan tujuan untuk menjelaskan permasalahan yang ada pada penelitian ini, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis, dan hipotesis penelitian.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab metode penelitian memuat tentang jenis dan sumber penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, dan metode analisis data.

**BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan mengemukakan terkait gambaran umum objek penelitian, deskripsi data penelitian, dan responden, uji validitas dan reliabilitas, deskripsi variabel penelitian, hasil analisis data dan pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini terdiri dari penutup, memuat kesimpulan dan saran.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 *Theory of Technology Acceptance Model (TAM)*

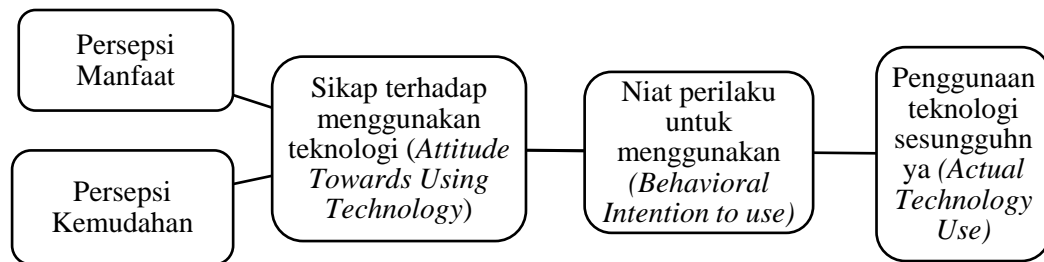
##### 2.1.1.1 Definisi *Technology Acceptance Model (TAM)*

*Technology Acceptance Model* merupakan adopsi dari *Theory of Reasoned Action*. TAM memiliki dua aspek utama, yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan. TAM berpendapat bahwa penerimaan individu terhadap sistem teknologi informasi oleh 2 aspek tersebut.<sup>22</sup>

Berikut model dari *Technology Acceptance Model*:

**Gambar 2.1**

**Model TAM**



*Attitude Toward Using* dalam TAM diartikan sebagai tanggapan pengoperasian sistem, seseorang dapat merespons dengan menerima atau menolaknya sebagai hasil dari dampak penggunaan suatu teknologi dalam pekerjaannya. *Behavioral Intention to Use* adalah keinginan yang kuat untuk terus menggunakan suatu teknologi secara berkelanjutan.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Andre Mayjksen and Desi Pibriani, 'Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Pengguna Terhadap Pengguna Aplikasi Belanja Online XYZ', *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 7.2407–4322 (2020), 580–92.

<sup>23</sup> Muhammad Iqbal Arya Putra and Ratna Candra Sari, 'Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi', *Jurnal Profita Kajian Ilmu Akuntansi*, 8.8 (2020), h. 1–12.

*Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan sebuah model untuk memberikan gambaran tentang bagaimana pengguna teknologi akan menerima dan memanfaatkan teknologi yang berkaitan dengan kegiatan pengguna. TAM merujuk dari teori psikologis untuk menjelaskan respon pengguna teknologi yang berlandaskan pada manfaat, kemudahan, intensi, niat, dan hubungan perilaku pengguna. Teori ini menentukan pola perilaku individu sebagai efek dari tujuan perilaku.<sup>24</sup>

### **2.1.1.2 Kelebihan Technology Acceptance Model (TAM)**

Berikut keunggulan Teori *Technology Acceptance Model* (TAM):<sup>25</sup>

1. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan sebuah konsep perilaku yang membuktikan kegunaannya dalam menjelaskan mengapa banyak sistem teknologi informasi mengalami kegagalan dalam implementasinya karena penggunanya kurang tertarik untuk mengadopsinya.
2. *Technology Acceptance Model* (TAM) dikembangkan berlandaskan dasar teori yang kokoh.
3. *Technology Acceptance Model* (TAM) sudah dikaji dengan banyak riset dan sebagian besar temuan mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM adalah model yang efektif.
4. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model yang parsimoni (parsimonious) yaitu model yang simpel namun tetap terpercaya.

## **2.1.2 Persepsi**

### **2.1.2.1 Pengertian Persepsi**

Menurut KBBI persepsi adalah gambaran atau penilaian seseorang tentang beberapa hal melalui panca indera seseorang individu. Setiap manusia memiliki

---

<sup>24</sup> Erlangga Andi Sukma, Musthofa Hadi, and Farika Nikmah, 'Effect Of Technology Acceptance Model (Tam) And Trust Towards Intension Of Instagram Users', *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 4.2 (2019), 112–21.

<sup>25</sup> Ahmad and Bambang Setyo 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)', *Jurnal Studi Manajemen*, 8.9 (2014).



persepsi yang berbeda terhadap suatu objek. Persepsi dalam arti sempit merupakan penglihatan atau cara seseorang memandang. Sedangkan dalam konteks yang lebih luas persepsi merupakan pandangan dan bagaimana seseorang mengartikan. Dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan pandangan seseorang melalui proses memandang, mendengar, merasakan, memegang, merasakan, dan menerima beberapa hal yang berbeda dari setiap individu dengan menyimpulkan suatu informasi terhadap objek.<sup>26</sup>

Berikut beberapa proses terbentuknya persepsi:

1. Diawali dengan objek yang menimbulkan persepsi dan stimulus mengenai alat indera, proses ini dinamakan proses kealaman.
2. Stimulus yang diterima oleh indera dilanjutkan oleh saraf sensorik ke otak, proses ini dinamakan fisiologis,
3. Setelah itu terjadilah suatu proses ke otak, sehingga dapat menyadari apa yang ingin diterima dengan reseptor itu sebagai suatu akibat stimulus yang diterimanya.<sup>27</sup>

### **2.1.3 Persepsi Manfaat**

Persepsi manfaat merupakan sejauh mana keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem teknologi akan meningkatkan kinerja dan efektivitas dalam menjalankan tugas dan pekerjaannya. Suatu sistem teknologi dapat memberikan suatu persepsi manfaatnya apabila berhasil memudahkan proses transaksi, mengoptimalkan proses pembayaran, memberikan kelebihan tambahan saat menuntaskan transaksi, menjamin kepercayaan saat proses transaksi pembayaran, serta menghemat waktu dalam melakukan transaksi pembayaran. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat merupakan pandangan seseorang terhadap manfaat yang telah diberikan suatu objek atau suatu produk atas

---

<sup>26</sup> Mitra Sami Gultom and Nur Safitry, 'Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Non Tunai Dengan Jakone Mobile', *Jurnal Ekonomi Islam*, 12.November (2021), 241–61.

<sup>27</sup> Bimo Walgito, *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*, Yogyakarta, 2004.

penggunaannya sehingga dapat meningkatkan efisiensi dalam penggunaannya.<sup>28</sup>

Berikut ayat al-qur'an yang berkaitan dengan persepsi manfaat:

QS. Al-A'raf (7) : 31

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ  
الْمُسْرِفِينَ ﴿٣١﴾

Terjemahannya:

Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.<sup>29</sup>

Maksud dari ayat di atas dengan kemanfaatan *mobile banking* adalah kita sebagai pengguna *mobile banking* tidak boleh berlebih-lebihan dalam bertransaksi, maksudnya bertransaksilah sesuai dengan kebutuhan tidak dengan keinginan.

### 2.1.3.1 Indikator Persepsi Manfaat

Menurut Davis dan Venkatesh (2000) terdapat indikator persepsi manfaat, yakni:

1. Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja (*improves job performance*). Sebuah teknologi dikatakan dapat meningkatkan kinerja apabila hasil kerja menggunakan teknologi lebih baik dibandingkan dengan hasil kerja tanpa menggunakan teknologi.
2. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas (*increases productivity*). Sebuah teknologi dikatakan dapat meningkatkan produktivitas apabila setelah menggunakan teknologi, *output* yang dihasilkan menjadi lebih besar dibandingkan dengan *input* dengan input yang digunakan.
3. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektivitas kinerja (*enhances effectiveness*). Sebuah teknologi dikatakan efektif apabila tujuan atau

<sup>28</sup> Santi Johana Sibuea, Dolores Oktavianthy, and Agus Edy Rangkuti, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo', *Jurnal Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 2021, 635–45.

<sup>29</sup> 'TafsirWeb' <<https://tafsirweb.com/2485-surat-al-araf-ayat-31.html>> [accessed 20 March 2023].

hasil yang diinginkan tercapai setelah menggunakan teknologi tersebut. Semakin banyak tujuan atau hasil yang tercapai, maka teknologi tersebut semakin efektif.

4. Penggunaan sistem bermanfaat atau berguna (*the system is useful*). Sebuah teknologi dikatakan bermanfaat apabila penggunaan teknologi tersebut dapat memberikan keuntungan kepada penggunanya.<sup>30</sup>

### 2.1.3.2 Manfaat Mobile Banking Bagi Nasabah

Berikut manfaat penggunaan *mobile banking* bagi nasabah:

1. Hemat waktu

Dalam melakukan transfer antar bank, cek saldo, membayar tagihan, dan sebagainya bisa dilakukan hanya menggunakan *handphone* tanpa perlu datang jauh-jauh ke bank.

2. Praktis

Dengan adanya layanan *mobile banking*, melakukan transaksi mudah tanpa mengganggu aktivitas seorang nasabah.

3. Dapat memantau transaksi dan saldo rekening secara *online* selama 24 jam

Dengan menggunakan layanan *mobile banking* nasabah dapat secara *real time* memantau transaksi keuangan pribadi mereka, mengelola dana yang masuk dan keluar dari rekening mereka.

4. Gratis

Dalam melakukan pendaftaran *mobile banking* yang ditawarkan oleh bank tidak menggunakan biaya aktivasi maupun administrasi bulanan.

5. Aman

Dalam menggunakan fitur-fitur yang telah disediakan layanan *mobile banking* biasanya dilengkapi kode verifikasi, PIN, serta keamanan lainnya yang telah ditetapkan pihak bank.

---

<sup>30</sup> Viswanath Venkatesh and Fred D. Davis, 'Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies', *Jurnal Management Science*, 46.2 (2000), h. 186–204.

## 6. Mendapat informasi terkini

Nasabah bisa mendapatkan informasi terkini mengenai saldo, mutasi rekening, dan promo-promo menarik dari Bank Syariah Indonesia melalui aplikasi *mobile banking*.<sup>31</sup>

### 2.1.4 Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan dapat diartikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan upaya yang berlebihan. Dengan definisi tersebut, dapat ditegaskan bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu keyakinan seseorang terkait tahapan pengambilan keputusan. Ketika seseorang merasa yakin dengan sistem teknologi yang dimiliki bank mudah dioperasikan maka seseorang akan menggunakan sistem tersebut. Begitu pun sebaliknya jika seseorang merasa penggunaan teknologi susah dioperasikan maka seseorang tersebut tidak akan menggunakan teknologi itu.<sup>32</sup>

Persepsi kemudahan adalah suatu indikator seorang pengguna sistem elektronik meyakini bahwa komputer mampu dipahami dan digunakan dengan praktis yang artinya kepercayaan seseorang diukur dari teknologi tertentu bahwa teknologi tersebut akan mudah dipahami dan digunakan sesuai dengan tujuannya. Oleh karena itu, jika seseorang meyakini bahwa teknologi tersebut mudah digunakan maka akan mempengaruhi minatnya dalam menggunakan teknologi tersebut, begitupun sebaliknya.<sup>33</sup> Berikut ayat al-Qur'an yang mengandung arti kemudahan:<sup>34</sup>

Q.S Al-Insyirah ayat 5-6

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾

<sup>31</sup> Rezky Sulkarnain, Dirwan, and Nurkhalik Wahdani Al Asbara, 'Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Resiko Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Sam Ratulangi', *Nobel Management*, Vol. 3 No. (2022).

<sup>32</sup> Nursiah, Muh. Ferils, and Jamaludin Kamarudin, 'Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking', *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 19 (2022), h. 93.

<sup>33</sup> Alif Ainul Khatimah Sulmi and others, 'Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)', *Journal IBEF: Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 1.2 (2021), h 59–73.

<sup>34</sup> <https://tafsirweb.com/37702-surat-al-insyirah-ayat-5-6.html>

Artinya: Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan.

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

Artinya: Karena sesudah kesulitan ada kemudahan.

Maksud dari ayat di atas adalah bahwa penggunaan aplikasi *mobile banking* termasuk bentuk kemudahan yang Allah swt. limpahkan kepada hamba-Nya. Dengan adanya aplikasi *mobile banking* ini, pengguna dapat dengan mudah menjalankan transaksi keuangan hanya melalui *smartphone*, tanpa perlu melakukan perjalanan jauh ke bank untuk melakukan transaksi.

#### 2.1.4.1 Indikator Persepsi Kemudahan

Menurut Davis (1989) indikator kemudahan yaitu:

1. Jelas dan dapat dimengerti (*clear and understandable*) maksudnya suatu sistem teknologi jelas dapat dimengerti penggunaannya.
2. Mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become skilfull*) maksudnya sistem aplikasi teknologi membuat penggunaannya terampil dalam penggunaannya.
3. Mudah dan hemat biaya (*mental effort*) maksudnya pengguna tidak membutuhkan banyak biaya dalam menggunakan sistem teknologi.
4. Mudah digunakan/dioperasikan (*easy to use*) sistem teknologi mudah untuk dioperasikan saat menggunakan.
5. Mudah dipelajari/dipahami (*easy to learn*) penggunaan suatu teknologi mudah dipelajari.<sup>35</sup>

#### 2.1.4.2 Kemudahan Menggunakan Mobile Banking

Berikut beberapa kemudahan penggunaan layanan *mobile banking* antara lain:

1. Layanan 24 jam

Nasabah dapat mengakses layanan *mobile banking* kapan saja selama 24 jam. Hal ini membuat nasabah untuk melakukan transaksi perbankan di waktu yang tepat dan sesuai kebutuhan.

---

<sup>35</sup> Fred D. Davis, Richard P. Bagozzi, and Paul R. Warshaw, 'User Acceptance of Information Technology: A Comparison of Two Theoretical Models', *Management Science*, 35.8 (1989), h. 982–1003.

## 2. Mudah digunakan

Layanan *mobile banking* dirancang dengan antarmuka yang mudah digunakan sehingga nasabah dapat dengan mudah menggunakan layanan perbankan untuk melakukan transfer dana, membayar tagihan, membeli pulsa, dan melakukan berbagai transaksi lainnya.

## 3. Aman

Layanan *mobile banking* telah dilindungi dengan sistem keamanan yang ketat seperti penggunaan PIN dan OTP (*One Time Password*) yang dikirimkan melalui SMS atau aplikasi untuk setiap transaksi. Hal ini untuk memastikan bahwa hanya pemilik rekening yang memiliki akses ke akun mereka dan meminimalkan risiko penipuan.

## 4. Transaksi cepat

Layanan *mobile banking* memfasilitasi nasabah untuk melaksanakan transaksi dengan cepat dan mudah tanpa mengunjungi bank fisik sehingga seseorang dapat menghemat waktu dan biaya transportasinya.

## 5. Kemudahan dalam membayar zakat

Nasabah dapat membayarkan zakat lewat aplikasi *mobile banking* dengan mudah dan cepat.

### 2.1.5 Minat

#### 2.1.5.1 Pengertian Minat

Minat muncul setelah menerima rangsangan dari produk yang telah dilihat, lalu muncul daya tarik untuk mengupayakan produk tersebut sehingga timbulah rasa ingin membeli dan dapat memiliki produk tersebut, minat dapat diidentifikasi melalui dimensi yaitu minat transaksional dan minat referensial.<sup>36</sup> Minat dapat didefinisikan sebagai salah satu cara dalam mengukur niat dari seseorang untuk menerapkan tindakan tertentu, serta sebagai perasaan individu yang menimbulkan

---

<sup>36</sup> Bella Maharani, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BNI (Studi Kasus BNI KCU Jakarta Pusat)', *Jurnal STEI Ekonomi*, 2020, h. 1–15.

sikap positif atau negatif (pengaruh evaluatif) dalam proses menjalani perilaku yang ditentukan karena niat tidak selalu tetap dan dapat berubah seiring berjalannya waktu.<sup>37</sup>

Minat beli merupakan perilaku konsumen yang timbul ketika mereka merasakan keinginan untuk memperoleh dan menggunakan suatu produk atau layanan.<sup>38</sup> Minat tersebut dapat dilihat dari besar kecilnya keinginan seseorang untuk menaruh perhatian atau merasa senang yang extra terhadap objek tersebut, namun jika objek tersebut tidak menimbulkan rasa senang, maka ia tidak akan memiliki minat pada objek tersebut. Minat dapat diartikan sebagai suatu harapan yang muncul dari suatu perhatian seseorang terkait dengan barang, benda, atau produk atau bisa juga dikatakan sebagai dorongan ingin melakukan kegiatan tertentu.

#### **2.1.6 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat**

Berikut faktor-faktor yang secara umum mendorong timbulnya minat terhadap sesuatu yaitu:

1. Timbul dari aspek internal individu yang bersangkutan, meliputi bobot, usia, gender, pengalaman, kepercayaan diri, dan karakter.
2. Muncul dari aspek eksternal individu, meliputi pengaruh dari keluarga, sekolah, dan lingkungan sosial sekitarnya.

Pengaruh lingkungan terhadap minat sangat dipengaruhi oleh faktor lingkungan, namun lingkungan sekolah dan masyarakat juga memiliki peran dalam mempengaruhi minat. Namun, tidak selalu ketiga faktor lingkungan tersebut berpengaruh pada minat yang muncul.<sup>39</sup>

##### **2.1.6.1 Unsur-unsur Minat**

Minat mengandung beberapa unsur, diantaranya:

1. Perasaan tertarik

---

<sup>37</sup> Putu Ayu Titha Paramita Pika and others, 'Antesenden Minat Menggunakan BRI Mobile (Brimo) Pada Nasabah BRI Kantor Cabang Sesetan, Denpasar', *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 2022.

<sup>38</sup> Philip Kotler and Kevin Line Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta : Erlangga, 2012).

<sup>39</sup> Syah Muhibbin, *Psikologi Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010).

Perasaan merupakan ekspresi batin yang dirasakan dengan sukacita atau ketidaksukaan. Ketertarikan berarti merasa gembira dan terpicu, serta menaruh minat.

## 2. Motif

Motif merupakan dasar atau penyebab yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Motif juga sering disebut sebagai alasan atau tujuan di balik perbuatan atau keputusan seseorang.

## 3. Perasaan senang

Merasa gembira mengandung arti jika adanya rasa puas dan rasa lega, tanpa adanya kesulitan ataupun kekecewaan yang menghampiri.

## 4. Perhatian

Perhatian adalah aktivitas batin seseorang terhadap pengamatan, pengertian, dan sejenisnya dengan mengabaikan segala hal yang tidak terkait dengan itu.<sup>40</sup>

### 2.1.6.2 Indikator Minat

Menurut Pratiwi, Indriani, dan Sugiarto (2017) indikator-indikator terkait minat penggunaan (*behavioral intention*) adalah sebagai berikut:

#### 1. Akan bertransaksi.

Individu akan melakukan transaksi penggunaan produk. Dalam kasus penggunaan sebuah teknologi, jika individu memiliki akses terhadap teknologi, maka individu cenderung menggunakan teknologi tersebut dengan keyakinan bahwa mereka akan tetap menggunakannya di masa depan.

#### 2. Akan merekomendasikan.

Individu akan merekomendasikan teknologi kepada orang-orang yang ada dalam lingkungan individu tersebut, seperti keluarga, teman, dan rekan kerja.

#### 3. Akan terus menggunakan.

---

<sup>40</sup> Annisa Fitri Iriani, 'Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo', *Journal of Islamic Management and Business*, Vol 2, No. (2018).



Individu akan menggunakan teknologi secara berulang kali.<sup>41</sup>

## **2.1.7 Mobile Banking**

### **2.1.7.1 Pengertian Mobile Banking**

*Mobile banking* adalah fasilitas yang disediakan bank dengan kemungkinan pengguna dapat menjalankan proses perbankan menggunakan telepon genggam. *Mobile banking* adalah fasilitas perbankan dengan menggunakan alat komunikasi bergerak layaknya *smartphone*. Eksistensi *smartphone* dan layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang umumnya dilakukan secara langsung mengunjungi bank. Saat ini, berurusan dengan bank tidak lagi memerlukan kunjungan fisik ke bank. Nasabah dapat menghemat waktu dan biaya dengan menggunakan *mobile banking* karena segala transaksi dapat dilakukan melalui perangkat *mobile*. Selain itu, *mobile banking* mengupayakan untuk memastikan nasabah selaras dengan perkembangan zaman dalam memanfaatkan media digital yang canggih. Demikian pula memungkinkan nasabah untuk menggunakan ponsel mereka tidak hanya untuk komunikasi, tetapi juga untuk berbisnis atau melakukan transaksi secara efisien. Melalui layanan *mobile banking*, nasabah diberikan kemudahan dalam upaya melakukan transaksi perbankan seperti pembayaran tagihan, cek jumlah uang, pemindahan dana antar rekening dan sebagainya.<sup>42</sup> layanan ini memungkinkan siapapun yang mempunyai gadget untuk bertransaksi secara praktis dimanapun dan kapan pun. Oleh sebab itu, perbankan berlomba-lomba menyediakan layanan *mobile banking* guna memberikan kepuasan dan meningkatkan jumlah nasabah mereka.<sup>43</sup>

### **2.1.7.2 Golongan Mobile Banking**

Secara keseluruhan *Mobile banking* dapat dibagi menjadi tiga golongan:<sup>44</sup>

---

<sup>41</sup> M. T. Pratiwi, F. Indriani, and J. Sugiarto, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Pada Penggunaan Mobile Payment', *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 10 (2019), h. 90.

<sup>42</sup> Evon M. Abu-Taieh, Issam AlHadid, and Sabah Abu-Tayeh, 'Continued Intention To Use of M-Banking In Jordan By Integrating UTAUT, TPB, TAM, and Service Quality with ML', *Jurnal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 2022.

<sup>43</sup> Joni, Rahmah Yulianti, and Cut Hamdiah, 'Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Banda Aceh)', *Jurnal Serambi Konstruktivis*, 4.2 (2022), h. 56–63.

<sup>44</sup> Novitasari Putri Wulandari and Nadya Novandriani Karina, 'Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking Di Bandung', *Jurnal Bisnis Dan Iptek*, Vol.10 No. (2017).

1) *Informational* (Bersifat memberi informasi)

Pada pola ini merujuk pada fitur dan layanan yang dapat memberikan informasi penting kepada pengguna melalui layanan yang ditawarkan perbankan syariah. Dengan adanya layanan yang ditawarkan perbankan syariah pengguna dapat dengan mudah memantau keuangan, melakukan pembayaran, dan memperoleh informasi terkini tanpa harus mengunjungi cabang bank secara fisik.

2) *Communicative* (Bersifat komunikatif)

Golongan ini cenderung lebih interaktif daripada golongan *informational*. Golongan ini lebih merujuk pada kemampuan *platform mobile banking* untuk memfasilitasi komunikasi antara pengguna dan penyedia layanan perbankan syariah. Dalam hal ini, *mobile banking* dirancang guna memungkinkan pengguna berinteraksi dengan layanan perbankan melalui komunikasi yang tersedia. Dengan adanya golongan ini *mobile banking* berusaha memperkuat interaksi antara pengguna dengan penyedia layanan perbankan syariah. Dengan demikian pengguna dapat dengan mudah mengajukan pertanyaan, mendapatkan bantuan, atau memberikan *feedback* terkait layanan perbankan syariah yang digunakan.

3) *Transactional* (Berkemampuan transaksi)

Golongan yang terakhir ialah golongan yang mengacu pada kemampuan layanan *mobile banking* dalam melakukan transaksi finansial secara langsung. Hal ini berarti pengguna dapat dengan langsung menggunakan berbagai jenis transaksi, seperti transfer antar bank, pembayaran tagihan, pembelian produk atau layanan, dan transaksi lainnya. Dalam golongan ini pengguna dapat melakukan berbagai macam transaksi finansial dengan mudah dan nyaman melalui perangkat seluler, tanpa harus mengunjungi cabang bank fisik.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari penelitian yang sama dan anggapan *plagiarisme* pada karya ilmiah sebelumnya, maka perlu dilakukan tinjauan terhadap penelitian-

penelitian sebelumnya yang penulis uraikan beberapa penelitian terdahulu yang relevan, yaitu:

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

| <b>NO</b> | <b>Penulis</b>  | <b>Judul</b>   | <b>Temuan</b>   | <b>Persamaan</b>   | <b>Perbedaan</b>  |
|-----------|---|--|---|--|---|
| 1         | Nursiah, Muh. Ferils, dan Jamaludin Kamarudin (2022)  | Analisis minat menggunakan <i>mobile banking</i> .   | Persepsi kemudahan penggunaan ( $X_1$ ), persepsi manfaat ( $X_2$ ), dan persepsi keamanan ( $X_3$ ), berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. | Pada penelitian ini sama-sama meneliti terkait minat penggunaan <i>mobile banking</i> .  | Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada variabel $x$ dimana penelitian yang akan dilaksanakan tidak menggunakan variabel persepsi keamanan, objek penelitian, serta waktu penelitiannya. |
| 2         | Putu Ayu Titha Paramita Pika, Kadek Darmaastawan, Ayu Indira Dewiningrat, dan Jonathan Jacob Paul Latupeirissa (2022) | Antesenden minat menggunakan BRI ( <i>mobile banking</i> ) pada nasabah BRI Kantor Cabang Sesetan, Denpasar. | Variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel mediasi dan variabel dependen.   | Pada penelitian ini sama-sama meneliti terkait minat menggunakan <i>mobile banking</i> . | Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada program analisis data yang digunakan, objek penelitian, waktu penelitian, serta  |

|   |  |  |   |   |  |
|---|--|--|---|---|--|
|   |  |  |   |   | penelitian yang akan dilaksanakan tidak menggunakan variabel mediasi.  |
| 3 | Fernanda Idham Kholid dan Embun Duriyani Soemarso (2018)         | Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah, Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT. Bank BNI Syariah KCP Magelang.     | Variabel keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan nasabah dan kebermanfaatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-banking</i> pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. | Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada variabel manfaat dan variabel kemudahan.          | Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada waktu penelitian dan objek penelitian.   |
| 4 | Luh Putu Eka Ulansari dan I Gede Agus Pertama Yudiantara (2021). | Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan , Persepsi Kepercayaan , Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Pembayaran Elektronik (E-Payment). | Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan , Persepsi Kepercayaan , Dan Norma Subjektif berpengaruh positif terhadap minat menggunakan sistem informasi pembayaran Elektronik (E-Payment).                     | Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan. | Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada variabel y dimana penelitian ini menggunakan <i>e-payment</i> sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan |

|   |                                 |   |   |  |  |
|---|---------------------------------|---|---|--|--|
|   |                                 |   |   |  | menggunakan variabel <i>mobile banking</i> .   |
| 5 | Mahmudah dan Rahmatika (2021)   | Pengaruh kegunaan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, kualitas layanan, dan word of mouth terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> 2020 (studi kasus nasabah BRI KC Semarang). | Persepsi kegunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> , kepercayaan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> , kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> , dan <i>word of mouth</i> secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> . | Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada variabel persepsi kemudahan dan sama-sama menguji minat nasabah yang menggunakan <i>mobile banking</i> . | Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada waktu penelitian dan tempat penelitian. |
| 6 | Sonia Devita Putri Cakra (2021) | Pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap minat   | Variabel persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkelanjutan menggunakan <i>mobile banking</i> ,   | Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan dan juga variabel <i>y</i> minat menggunakan   | Perbedaan penelitian ini terletak pada waktu penelitian dan tempat penelitian.   |

|   |   |   |  |  |   |
|---|---|---|--|--|---|
|   |   | berkelanjutan menggunakan layanan <i>mobile banking</i> PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Unit Tanggul, Jember.  | variabel persepsi kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap minat berkelanjutan menggunakan <i>mobile banking</i> , begitu pun dengan persepsi resiko yang secara parsial berpengaruh terhadap minat berkelanjutan menggunakan <i>mobile banking</i> . | layanan <i>mobile banking</i> .  |   |
| 7 | Margaretha Oktavia Pranoto, R. Gunawan Setianegara (2020) | Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> ( Studi Kasus Pada PT Bank Rakyat Indonesia ( Persero ) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran . | Persepsi Manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan <i>mobile banking</i> .  | Persamaan penelitian ini terletak pada variabel persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan variabel minat menggunakan <i>mobile banking</i> . | Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada waktu penelitian dan lokasi penelitian. |
| 8 | Muhammad Iqbal Arya dan Ratna Candra Sari (2020)          | Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Pengguna   | Persepsi kemudahan, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko berpengaruh positif terhadap  | Persamaan penelitian ini terletak pada variabel persepsi kemudahan dan variabel minat  | Perbedaan penelitian ini terletak pada waktu penelitian dan lokasi penelitian.  |

|    |   |   |  |  |  |
|----|---|---|--|--|--|
|    |   | n, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi.   | Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> .  | menggunakan <i>mobile banking</i> .  |  |
| 9  | Ahmad dan Bambang Setiyo Pambudi (2014)   | Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan <i>Internet Banking</i> (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI). | Persepsi Manfaat, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan <i>internet banking</i> . | Persamaan penelitian terletak pada variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan.   | Perbedaan penelitian terletak pada variabel y, waktu penelitian dan tempat penelitian. |
| 10 | Andri Sahata Sitanggang, Tiara Aprilliany Nurrochma, Retta Syafira, Ivaldy Khalifah | Analisis yang mempengaruhi penggunaan <i>m-banking</i> bagi nasabah BNI   | Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan <i>internet banking</i> adalah faktor kemudahan,           | Persamaan penelitian ini terletak pada variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan yang sama-sama menguji minat penggunaan. | Perbedaan terletak pada waktu penelitian dan tempat penelitian.                        |

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
|  | Nas Halim,<br>Putri<br>Salsabina,<br>dan Affi<br>Zain Aisy<br>(2022) |  | keamanan,<br>kenyamanan.<br>Sedangkan<br>untuk Chi<br>Kuadrat<br>menunjukkan<br>bahwa terdapat<br>pengaruh positif<br>antara persepsi<br>kemudahan dan<br>persepsi<br>kemanfaatan<br>terhadap minat<br>nasabah dalam<br>menggunakan<br><i>internet banking</i><br>di PT. BNI<br>Cabang<br>Bandung. |  |  |
|--|--|--|--|--|--|

Perbedaan antara penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada objek penelitian, baik dari segi lokasi maupun waktu. Penelitian yang akan dilaksanakan akan fokus pada Masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan, dengan jumlah responden yang akan diteliti dan temuan penelitian yang berbeda. Selain itu, perbedaan lainnya adalah responden yang akan diteliti adalah mereka yang belum menggunakan layanan *mobile banking*. Namun terdapat juga kesamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu tentang pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

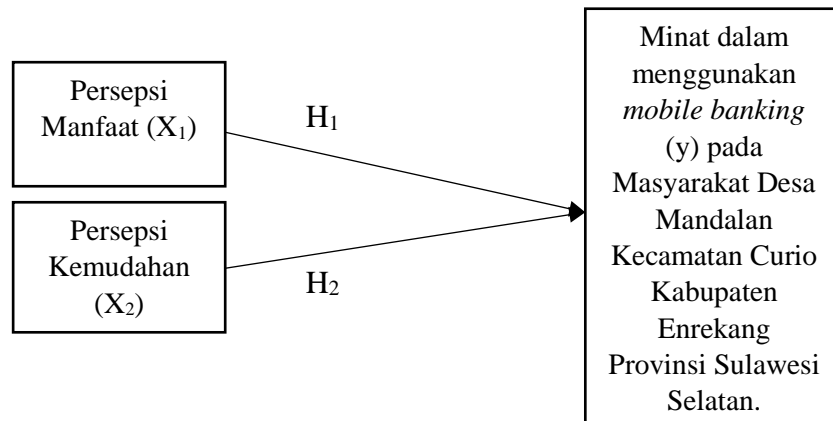
### 2.3 Kerangka Pemikiran Teori

Kerangka pikir adalah metode yang dapat digunakan untuk mempermudah seseorang peneliti merumuskan hipotesis penelitiannya. Kerangka pikir menggambarkan skema dari penelitian ini agar peneliti lebih mudah dalam merumuskan rumusan masalah dan jawaban yang tertera di Hipotesis. Dan juga kerangka pikir berguna untuk memberi jawaban mengenai hubungan yang terjadi antar variabel.



Kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2. 2**  
**Kerangka Pemikiran**



Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini 2023

Keterangan:

- H<sub>1</sub> : Diduga X<sub>1</sub> (persepsi manfaat) berpengaruh positif terhadap Y (Minat dalam menggunakan *mobile banking* (y) pada Masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan).
- H<sub>2</sub> : Diduga X<sub>2</sub> (persepsi kemudahan) berpengaruh positif terhadap Y (Minat dalam menggunakan *mobile banking* (y) pada Masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan).

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pendapat sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Berdasarkan tinjauan penelitian pustaka dan kerangka pemikiran teori maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

Persepsi manfaat adalah suatu pemikiran seseorang terkait pemanfaatan teknologi mampu meningkatkan efektivitas dan memberikan manfaat terhadap para penggunanya. Apabila seseorang percaya bahwa dengan memanfaatkan teknologi akan memberikan keuntungan maka seseorang akan lebih sering untuk memanfaatkan teknologi tersebut.<sup>45</sup>

Penelitian yang dilaksanakan oleh Nursiah, Muh. Ferils, Jamaludin Kamarudin (2022) menyatakan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  yang artinya secara parsial persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nursiah, Muh. Ferils, Jamaludin Kamarudin (2022), maka rumusan hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub>: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking* di masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan.

2. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

Persepsi kemudahan adalah suatu pemikiran mengenai sejauh mana pengguna percaya bahwa dengan menggunakan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan tanpa adanya kesulitan dalam penggunaannya. Apabila pengguna merasa bahwa penggunaan teknologi mudah untuk dipelajari maka pengguna akan cenderung mempelajari lebih lanjut dan pada akhirnya ingin terus menggunakannya.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Harry Chrystian Purba and Onan Maarakali Siregar, 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Konsumen Dan Promosi Terhadap Penggunaan Cryptocurrency Sebagai Instrumen Investasi', *Journal Of Social Research*, Vol.1 No.7 (2022), h. 682.

<sup>46</sup> Putu Oka Yudiantara and I Gst. Ngr. Jaya Agung Widagda, 'The Role Of Trust Mediating The Effect Of Perceived Usefulness And Perceived Ease Of Use On Decisions To Use

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Putu Ayu Titha Paramitha Pika, Kadek Darmaastawan, Ayu Indira Dewiningrat, dan Jonathan Jacob Paul Latuperirissa (2022) menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan BRImo. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Putu Ayu Titha Paramitha Pika, Kadek Darmaastawan, Ayu Indira Dewiningrat, dan Jonathan Jacob Paul Latuperirissa (2022) maka, hipotesis dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

H<sub>2</sub>: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking* di masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis pendekatan penelitian yang diterapkan adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu pendekatan penelitian yang secara khusus dilakukan secara sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas mulai dari perencanaan sampai desain penelitiannya.<sup>47</sup> Pendekatan penelitian kuantitatif didasarkan pada *positivisme*, digunakan untuk mengkaji populasi atau sampel tertentu. Data dikumpulkan melalui alat penelitian yang relevan dan pengolahan data dilakukan secara kuantitatif atau statistik. Tujuan utama dari analisis adalah untuk menguji hipotesis yang telah diuraikan sebelumnya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *field research*, data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan.

#### **3.2 Sumber Data**

Menurut sumbernya, data penelitian digolongkan sebagai data sekunder dan data primer. Data primer atau data tangan pertama ialah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran langsung sebagai sumber informasi yang dicari. Data sekunder atau data tangan kedua adalah data yang dikumpulkan lewat pihak lain, tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti dari subjek penelitian. Data sekunder umumnya berupa dokumentasi atau laporan yang telah ada sebelumnya dan tersedia untuk digunakan.<sup>48</sup>

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh. Secara umum data dapat bersumber dari tiga sumber utama, yaitu bersumber dari lapangan (*insitu*), bersumber dari pustaka (dokumen), dan bersumber dari responden (publik/pakar).<sup>49</sup> Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dengan cara menyebarkan angket berupa kuesioner *online* menggunakan *google form* dan diisi oleh masyarakat Desa Mandalan.

---

<sup>47</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*.

<sup>48</sup> Hardani Ahyar and others, *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 2020.

<sup>49</sup> Muhammad Yusuf and Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian Teori Dan Aplikasi Dalam Bidang Perikanan*, ed. by Dr Ismail Marsuki, 2019.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan objek/subjek yang memiliki spesifikasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dievaluasi dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>50</sup> Populasi penelitian ini adalah Masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan sejumlah 720 orang.

#### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi.<sup>51</sup> Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *non probability*, yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan menetapkan kriteria-kriteria tertentu.<sup>52</sup>

Penelitian ini menggunakan beberapa kriteria sebagai acuan diantaranya:

1. Responden yang berusia 17 tahun keatas.
2. Responden merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia.
3. Responden yang belum menggunakan layanan *mobile banking*.

Besarnya sampel dalam penelitian ini ditetapkan dengan rumus Slovin:

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

Dimana :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e: Persentase kelonggaran ketidaktelitian yang masih dapat ditolerir dalam pengambilan sampel.

Dalam penelitian ini ditetapkan e adalah 10 % sedangkan N adalah 720. Jadi minimal sampel yang diambil peneliti adalah:

---

<sup>50</sup> Asep Saepul Hamdi and E. Baharuddin, 'Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan', in *Buku* (CV Budi Utama), p. 2014.

<sup>51</sup> Imam Machali, 'Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif', in *Buku*, 2017.

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung, 2008).

$$n = \frac{720}{1 + 720 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{720}{1 + 7,2}$$

$$n = \frac{720}{8,2}$$

$$n = 87,8$$

$$n = 88$$

Berdasarkan rumus Slovin maka n yang diperoleh adalah 88 orang.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang pengambilan datanya melalui sebuah pertanyaan tertulis yang akan dijawab oleh responden. Responden yang dimaksud ialah Masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang yang belum mengadopsi layanan *mobile banking*.

Metode pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengevaluasi sikap, pendapat, dan persepsi individu atau sesuatu kelompok menanggapi terkait fenomena sosial. Terdapat beberapa jenis skala likert dalam penelitian ini, yaitu:

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

### 3.5 Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah segala hal yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dikaji, dengan tujuan mendapatkan data relevan yang selanjutnya dapat digunakan untuk mengambil kesimpulannya. Sesuatu apapun yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari guna memperoleh data mendalam mengenai hal tersebut, kemudian diambil kesimpulannya. Variabel adalah entitas atau sifat yang akan

diteliti. Variabel dapat dianggap sebagai karakteristik yang bervariasi dan dapat diambil dari nilai-nilai yang berbeda. Dengan demikian variabel itu merupakan suatu yang bervariasi. Berangkat dari permasalahan yang ingin diteliti, maka variabel penelitian pada penelitian ini meliputi:<sup>53</sup>

1. Variabel independen (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan munculnya variabel dependen (terikat). Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah: Persepsi manfaat ( $X_1$ ), dan Persepsi kemudahan ( $X_2$ ).
2. Variabel dependen (Y) sebagai variabel yang terpengaruh atau mengalami akibat dari adanya variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah : Minat menggunakan *mobile banking* (Y).

Berdasarkan identifikasi masalah yang diajukan, maka dibawah ini akan dibuatkan matriks yang menjelaskan variable-variabel yang akan dikaji dan dianalisis, secara lengkap diuraikan dalam operasionalisasi variabel yang dapat dilihat pada Tabel di bawah ini!

**Tabel 3. 1**

**Definisi Operasional**

| NO | Variabel                 | Definisi Operasional   | Indikator  | Skala Pengukuran  |
|----|--------------------------|--|--|---|
| 1  | $X_1$ = Persepsi Manfaat | Persepsi Manfaat (perceived usefulness) mengacu pada evaluasi sejauh mana penggunaan teknologi diyakini akan memberikan keuntungan bagi individu yang menggunakannya, terutama dalam konteks pemanfaatan teknologi tersebut dapat meningkatkan hasil pekerjaannya. <sup>54</sup> | 1) Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu ( <i>improves job performance</i> ).<br>2) Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas individu ( <i>increases productivity</i> ). | Diukur melalui angket (kuesioner) menggunakan skala likert. |

<sup>53</sup> Ajis Setiawan, Nurul Qomariah, and Haris Hermawan, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen', *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9.2 (2019), 114–26.

<sup>54</sup> Reza Nurzanita and Novi Marlana, 'Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Go Pay Di Surabaya Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening', *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 17 (2020).

|   |  |   |  |   |
|---|--|---|--|---|
|   |  |   | <p>3) Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektivitas kinerja individu (<i>enhances effectiveness</i>).</p> <p>4) Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (<i>the system is useful</i>).</p>   |   |
| 2 | X <sub>2</sub> = Persepsi Kemudahan                      | Persepsi kemudahan merupakan kepercayaan seseorang akan penggunaan teknologi yang beranggapan bahwa teknologi bermanfaat dan tidak memerlukan upaya yang besar dalam penggunaannya. <sup>55</sup> | <p>1) Jelas dan dapat dimengerti (<i>clear and understandable</i>)</p> <p>2) Mudah untuk menjadi terampil/mahir (<i>easy to become skilfull</i>)</p> <p>3) Mudah dan hemat biaya (<i>mental effort</i>)</p> <p>4) Mudah digunakan/diop erasikan (<i>easy to use</i>)</p> <p>5) Mudah dipelajari/dipah ami (<i>easy to learn</i>)</p> | Diukur melalui angket (kuesioner) menggunakan skala likert. |
| 3 | Y <sub>1</sub> = Minat Pengguna an <i>Mobile Banking</i> | Minat merupakan ekspresi dari kemauan atau dorongan individu untuk mengambil suatu keputusan atau tindakan. <sup>56</sup>   | <p>1) Akan bertransaksi.</p> <p>2) Akan merekomendasi kan</p> <p>3) Akan terus menggunakan</p>   | Diukur melalui angket (kuesioner) menggunakan skala likert. |

<sup>55</sup> Luh Putu Eka Ulansari and I Gede Agus Pertama Yudiantara, 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Pembayaran Elektronik (E-Payment)', *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, Vol. 11 No (2021).

<sup>56</sup> M. Rifki Bakhtiar, Erawati Kartika, and Ika Listyawati, 'Faktor-Faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Syariah Mandiri', *Jurnal Altijarah*, Vol. 6 No. (2020).



### 3.6 Uji Deskriptif

Analisis deskriptif adalah bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian yang didasarkan atas satu sampel. Analisis deskriptif ini dilakukan melalui pengujian hipotesis deskriptif. Hasil analisisnya adalah apakah hipotesis penelitian dapat digeneralisasikan atau tidak. Jika hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima, berarti hasil penelitian dapat digeneralisasikan. Analisis deskriptif ini menggunakan satu variabel atau lebih tapi bersifat mandiri, karena itu analisis ini tidak berbentuk perbandingan atau hubungan.<sup>57</sup> Jenis teknik statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis deskriptif harus sesuai dengan jenis data atau variabel berdasarkan skala pengukurannya, yaitu nominal, ordinal, atau interval/rasio.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah program pengolahan data atau *software* data yaitu SPSS versi 25. Penelitian ini menggunakan uji hipotesis melalui uji t sebagai alat untuk memastikan apakah variabel bebas memiliki pengaruh atau tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

#### 3.7.1 Uji Validitas

Suatu kuesioner diukur valid atau tidaknya dengan menggunakan uji validitas. Sebuah instrumen atau kuesioner yang berupa pertanyaan dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner atau instrumen dapat membuktikan hasil yang pada uji validitas tersebut. Pertanyaan dalam kuesioner dapat dikatakan valid jika hasil didasarkan pada nilai signifikan 5% atau lebih tinggi dari 0,05. Sehingga, jika angka signifikansinya lebih tinggi dari atau sebesar 0,05 berarti data dapat dikatakan pertanyaan dalam kuesioner valid.<sup>58</sup> Selain itu, uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dengan nilai  $r_{tabel}$   $df = n-2$  dengan signifikansi 5%. Dengan ketentuan:

1. Jika hasil  $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{valid}$

<sup>57</sup> Leni Masnidar Nasution, 'Statistik Deskriptif', *Jurnal Hikmah*, 14 (2017), h. 52.

<sup>58</sup> Taupik Ismail and Ramayani Yusuf, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung', *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5.3 (2021), 413–23.

2. Jika hasil  $r_{hitung} < r_{tabel}$  = tidak valid

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas dilakukan untuk mencari tingkat keandalan atau tingkat kepercayaan data yang digunakan. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana kuisisioner yang digunakan dapat dipercaya atau memberikan perolehan hasil pengukuran yang relatif konsisten. Metode yang digunakan dalam pengujian ini adalah metode *Alpha Cronbach* melalui bantuan *software SPSS 25 for windows*.<sup>59</sup> Berikut dasar-dasar yang digunakan untuk pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas, yakni:<sup>60</sup>

1. Apabila nilai *cronbach alpha*  $> 0,60$  maka kuesioner atau angket dianggap reliabel atau konsisten.
2. Apabila nilai *cronbach alpha*  $< 0,60$  maka kuesioner atau angket dianggap tidak reliabel atau konsisten.

### 3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian yang diperlukan untuk mengungkapkan bahwa hasil estimasi regresi yang dilakukan bebas dari adanya gejala multikolinearitas, heteroskedastisitas dan memenuhi asumsi normal. Tahap awal pada penelitian ini, dilakukan pengujian asumsi klasik. Uji asumsi klasik adalah serangkaian uji kelayakan yang dilakukan sebelum melanjutkan analisis lebih mendalam terhadap data yang telah terkumpul. Proses pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi yang dihasilkan sesuai dengan kriteria BLUE (Best Linear Unbiased Estimator). Model regresi yang memenuhi kriteria BLUE dapat digunakan sebagai estimator yang terpercaya dan handal dimana estimator tersebut dinyatakan tidak bias, konsisten, berdistribusi normal dan juga efisien. Untuk memastikan apakah model regresi yang akan digunakan memenuhi kriteria BLUE, diperlukan sekumpulan pengujian yang meliputi: Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas.

---

<sup>59</sup> Novan Haryono and Rooney Octavia, 'Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen', *Jurnal INDEPT*, 4.1 (2020), h. 20–27.

<sup>60</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, Edisi 9 (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018).

### 3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan maksud menguji apakah data yang akan digunakan untuk uji hipotesis yaitu data dari variabel dependen dan independen yang digunakan telah berdistribusi secara normal ataukah tidak. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak, dalam penelitian ini menggunakan grafik normal probability plot, dengan keputusan yang didasarkan :<sup>61</sup>

1. Apabila titik-titik atau data berada di dekat atau mengikuti garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal.
2. Apabila titik-titik menjauh atau tersebar dan tidak mengikuti garis diagonal maka hal ini dikatakan bahwa nilai residual tidak berdistribusi normal.

### 3.8.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah uji terhadap suatu keadaan dimana terjadi korelasi yang sempurna diantara variabel penjelas (independen/X) yang dimasukkan ke dalam model. Pada uji ini hanya digunakan pada data *cross-section*. Berikut persamaan uji multikolinearitas:

Multikolinearitas adalah hubungan linear antar variabel bebas. Uji multikolinearitas tujuannya adalah untuk menentukan apakah terdapat korelasi yang kuat atau sempurna antara variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi antara variabel. Apabila terdapat korelasi yang kuat antar variabel bebas, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen menjadi terganggu. Dalam pengambilan keputusan pada analisis multikolinieritas, terdapat dua metode, yakni mencermati nilai *tolerance* dan nilai VIF dengan kriteria sebagai berikut:<sup>62</sup>

1. Jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  atau  $VIF > 10$  maka terdapat masalah multikolinearitas pada data yang diuji.
2. Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  atau  $VIF < 10$  maka tidak terdapat masalah multikolinearitas.

---

<sup>61</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Universitas Diponegoro, 2009).

<sup>62</sup> Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif (Quantitative Research Approach)*, 2018.

### 3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat varians yang tidak seragam dari residual atau pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi.<sup>63</sup> Apabila varians residual antar pengamatan konsisten, hal tersebut disebut sebagai homoskedastisitas. Namun, jika varians tersebut beragam, maka disebut sebagai heteroskedastisitas. Model regresi yang dianggap baik adalah ketika terdapat konsistensi atau homoskedastisitas pada residual antar pengamatan, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan Uji Breusch Pagan untuk menilai heteroskedastisitas. Uji Breusch Pagan dapat dilakukan dengan meregres nilai absolute residual terhadap variabel independen lain. Dengan tingkat signifikansi 5%, adanya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila nilai probabilitas variabel independen > dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Apabila nilai probabilitas variabel independen < dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

### 3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merujuk pada suatu analisis untuk mengamati pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan memanfaatkan persamaan berikut:<sup>64</sup>

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

Keterangan:

Y = Minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*

a = Konstanta

X<sub>1</sub> = Persepsi Manfaat

X<sub>2</sub> = Persepsi Kemudahan

β<sub>1</sub> β<sub>2</sub> = Koefisien regresi

e = Error

---

<sup>63</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 2016.

<sup>64</sup> Citra Anita Rahmah, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan', *Jurnal Manajemen Tools*, 12.2 (2020), h. 30–44.

### 3.9 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilaksanakan guna menguji hipotesis yang telah dibentuk dan untuk menentukan tingkat pengaruh yang nyata (signifikan) serta arah hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat baik secara parsial maupun simultan. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t).

#### 3.9.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan prasyarat bahwa variabel bebas lainnya tetap konstan. Pengujian ini didasarkan pada tingkat signifikansi 0,05. Penerimaan atau penolakan hipotesis didasarkan pada kriteria sebagai berikut:<sup>65</sup>

1. Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1, H_2$  diterima yang berarti secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_1, H_2$  ditolak yang berarti secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

#### 3.9.2 Uji f (Uji Simultan)

Uji F berguna untuk melakukan uji hipotesis koefisien (slope) regresi secara bersamaan dan memastikan bahwa model yang dipilih layak atau tidak untuk menginterpretasikan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini sangat penting karena jika tidak lolos uji F maka hasil uji t tidak relevan. Keputusannya adalah :<sup>66</sup>

1. Nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai prob F-statistik  $< 0,05$ , artinya variabel bebas secara simultan mempengaruhi variabel terikat.
2. Nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai prob F-statistik  $> 0,05$ , artinya variabel bebas secara simultan tidak mempengaruhi variabel terikat.

---

<sup>65</sup> Nuryadi and others, *Dasar-Dasar Statistik Penelitian* (Sibuku Media, 2017).

<sup>66</sup> Ita Rahmawati and Rissalatul Illiyin, 'Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian HP Oppo', *Jurnal Ilmiah Hospitality*, Vol.10 NO. (2021).

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

Uji  $R^2$  (Koefisien Determinasi) digunakan untuk mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan variasi dalam variabel independen. Rentang nilai koefisien determinasi berkisar antara nol sampai satu. Nilai  $R^2$  yang rendah menunjukkan bahwa kapasitas variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas secara signifikan. Sedangkan, nilai  $R^2$  mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan sebagian besar informasi yang diperlukan untuk meramalkan variasi dalam variabel dependen.

Banyak peneliti merekomendasikan penggunaan nilai adjusted  $R^2$  saat mengevaluasi model regresi yang optimal. Nilai adjusted  $R^2$  kemungkinan naik atau turun ketika sebuah variabel independen ditambahkan ke dalam model regresi. Jika dalam uji empiris terdapat nilai adjusted  $R^2$  negatif, maka nilai adjusted  $R^2$  dianggap bernilai nol.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

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

##### **4.1.1 Sejarah Desa Mandalan**

Kata Mandalan berasal dari bahasa duri yang berarti dalam. Mandalan merupakan lokasi yang menjadi tempat persembunyian masyarakat pada masa perang gerilya. Saat ini Mandalan menjadi salah satu nama kampung yang berada di kecamatan Curio. Pada saat kabupaten Enrekang masih terdiri dari lima kecamatan diantaranya Kecamatan Maiwa, Kecamatan Enrekang, Kecamatan Anggeraja, serta Kecamatan Alla. Pada saat itu daerah Desa Mandalan berada pada kekuasaan Kecamatan Alla.

Seiring bertambahnya penduduk maka kecamatan Alla mekar menjadi beberapa kecamatan sehingga daerah Desa Mandalan menjadi salah satu desa yang berada pada kekuasaan Kecamatan Curio yang merupakan hasil mekar dari Kecamatan Alla. Pada tahun 2008 Desa Mandalan dipimpin oleh kepala desa atas nama Bapak Syamsuddin. Pada saat ini kepala desa diganti oleh Bapak Ahmad karena periode jabatan Bapak Syamsuddin sebelumnya telah selesai. Pemilihan kepala desa dilaksanakan secara demokratis oleh masyarakat Desa Mandalan.

##### **4.1.2 Geografis**

Desa Mandalan merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Curio. Jarak antara wilayah Desa Mandalan dengan Ibukota Sulawesi Selatan 278 km sedangkan waktu tempuhnya selama enam jam. Luas wilayah Desa Mandalan 6,3 Km<sup>2</sup>, secara umum Desa Mandalan adalah dataran tinggi dengan ketinggian 500-800 meter dari permukaan laut karena berada di dataran tinggi sehingga sebagian besar penduduknya hidup dari sektor pertanian, perkebunan serta peternakan. Iklim Desa Mandalan sebagaimana dengan desa lainnya di wilayah Indonesia beriklim tropis dengan dua musim, yaitu musim hujan dan musim kemarau. Desa Mandalan merupakan hasil pemekaran dari Desa Pebaloran. Wilayah Desa Mandalan terdiri dari empat dusun yaitu : Dusun Talondo, Dusun Mandalan, Dusun Sajoan, dan Dusun Batu Longke.

Berikut batas wilayah wilayah Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan:

- a. Bagian utara : Desa Pebaloran
- b. Bagian Timur : Desa Sumbang
- c. Bagian Selatan : Desa Buntu Pema
- d. Bagian Barat : Desa Salassa

#### 4.1.3 Sarana Prasarana

Desa Mandalan memiliki sarana dan prasarana seperti pada tabel dibawah:

**Tabel 4. 1**

#### **Sarana Prasarana**

| No | Sarana Prasarana | Jumlah | Keterangan |
|----|------------------|--------|------------|
| 1  | Kantor Desa      | 1      | Unit       |
| 2  | Masjid           | 2      | Unit       |
| 3  | Tempat Pemakaman | 1      | Unit       |
| 4  | Pos Kamling      | 3      | Unit       |
| 5  | Posyandu         | 1      | Unit       |
| 6  | TK/Paud          | 1      | Unit       |
| 7  | SD/Sederajat     | 1      | Unit       |

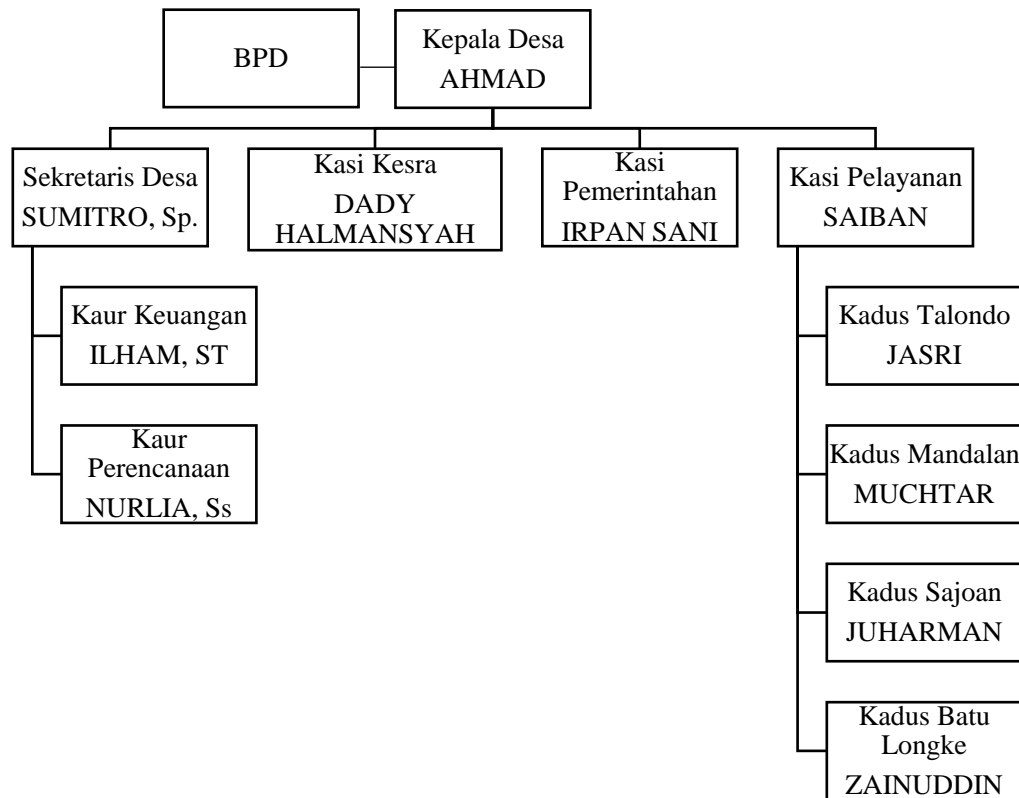
Sumber : Sekretaris Desa Mandalan

#### 4.1.4 Struktur Pemerintahan Desa Mandalan

Berikut struktur organisasi pemerintahan Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan:



**Gambar 4. 1**  
**Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Mandalan**



Adapun tugas dan fungsi dari perangkat desa, yaitu:

1. BPD (Badan Perwakilan Desa)

Tugas dari BPD (Badan Perwakilan Rakyat) antara lain:

- 1) Merundingkan peraturan desa bersama Kepala Desa.
- 2) Mengawasi penerapan peraturan desa dan kebijakan Kepala Desa.
- 3) Mengajukan, mengangkat serta memberhentikan Kepala Desa.
- 4) Mengorganisir panitia pemilihan Kepala Desa.
- 5) Mencari, menghimpun, menyusun, dan mengarahkan aspirasi warga masyarakat.
- 6) Merumuskan tata tertib BPD (Badan Perwakilan Rakyat).

Fungsi dari BPD (Badan Perwakilan Rakyat) untuk mengesahkan peraturan desa bersama Kepala Desa, menghimpun dan menyalurkan aspirasi masyarakat.

2. Kepala Desa

- 1) Kepala Desa sebagai pemegang otoritas dalam pemerintahan desa yang mengarahkan penyelenggaraan pemerintahan desa.
  - 2) Kepala desa bertanggung jawab dalam menjalankan pemerintahan desa, menjalankan program pembangunan, mengelola kegiatan sosial, dan meningkatkan pemberdayaan masyarakat.
3. Sekretaris Desa
- 1) Sekretaris desa menjabat sebagai pemimpin di bidang Sekretaris Desa.
  - 2) Sekretaris desa memiliki peran penting dalam mendukung kepala desa dalam mengelola administrasi pemerintahan.
  - 3) Agar dapat menjalankan tugas sebagaimana yang dimaksud sekretaris desa mempunyai peran :
    - a) Menyusun dan melaksanakan fungsi terkait tata masalah, administrasi surat-menyurat dan pengarsipan.
    - b) Menjalankan tugas-tugas umum seperti mengatur administrasi perangkat desa, menyediakan infrastruktur untuk perangkat desa dan kantor, mempersiapkan pertemuan, mengurus aset, melakukan pendataan, mengatur kunjungan dinas, dan memberikan pelayanan kepada masyarakat secara umum.
    - c) Menjalankan tugas-tugas finansial sebagaimana tata kelola keuangan, mencatat sumber pemasukan dan pengeluaran dana, melakukan validasi administrasi keuangan, serta mengurus administrasi pemasukan kepala desa, perangkat desa, BPD, dan lembaga pemerintahan desa lainnya.
4. Kepala Urusan
- 1) Kepala urusan berperan sebagai tenaga sekretariat.
  - 2) Kepala urusan memiliki tugas membantu sekretaris desa dalam hal administrasi pelayanan pendukung pelaksanaan tugas pemerintahan, untuk menjalankan tugas kepala urusan mempunyai peran:
    - a) Bertanggungjawab dalam mengelola keuangan termasuk mengurus administrasi, mencatat sumber-sumber pendapatan dan

pengeluaran, verifikasi administrasi keuangan serta administrasi penghasilan kepala desa, perangkat desa, BPD, dan lembaga pemerintahan desa lainnya.

- b) Menjalankan tugas ketatausahaan termasuk mengatur tata penulisan, administrasi surat menyurat, pengelolaan arsip, serta mengurus ekspedisi dan penataan administrasi perangkat desa, penyediaan infrastruktur perangkat desa dan kantor, persiapan rapat, pengelolaan aset, inventarisasi, kunjungan dinas, dan memberikan pelayanan publik.
- c) Mengatur urusan perencanaan termasuk menyusun anggaran pendapatan dan belanja desa, menginventarisasi data untuk pembangunan, memonitoring dan mengevaluasi program, dan menyusun laporan.

#### 5. Kepala Seksi

- 1) Kepala seksi berperan sebagai pelaksanaan teknis.
- 2) Kepala seksi memiliki tanggung jawab membantu kepala desa dalam menjalankan tugas operasional. Berikut fungsi dari kepala seksi:
  - a) Menjalankan tugas manajemen pemerintahan desa, merancang regulasi desa, membangun pertahanan, menjaga ketentraman dan ketertiban, melakukan upaya perlindungan masyarakat, pengelolaan kependudukan, menata dan mengelola wilayah, serta mengumpulkan dan mengelola profil desa.
  - b) Pelaksanaan pembangunan infrastruktur desa, memajukan sektor pendidikan dan kesehatan, serta bertugas dalam sosialisasi dan motivasi masyarakat dalam bidang budaya, ekonomi, politik, lingkungan hidup, pemberdayaan keluarga, pemuda, olahraga, dan karang taruna.
  - c) Menyelenggarakan penyuluhan dan memberikan dorongan untuk menjalankan hak dan kewajiban masyarakat,

meningkatkan partisipasi masyarakat, menjaga kelestarian nilai-nilai sosial budaya masyarakat, agama, dan ketenagakerjaan.

#### 6. Kepala Dusun

Kepala dusun berperan sebagai anggota tim kewilayahan yang bertanggung jawab dalam memberikan bantuan kepada kepala desa dalam menjalankan tugas-tugas di wilayah yang menjadi tanggung jawabnya.

Kepala dusun memiliki beberapa tugas yang meliputi:

- 1) Melakukan pengawasan terhadap ketentraman dan ketertiban, melaksanakan langkah-langkah perlindungan masyarakat, mengatur pergerakan penduduk, serta mengelola dan merencanakan pengembangan wilayahnya.
- 2) Memantau dan mengontrol pelaksanaan proyek-proyek pembangunan di area yang menjadi tanggung jawabnya.
- 3) Menyelenggarakan kegiatan pembinaan sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam menjaga dan melestarikan lingkungan mereka.
- 4) Melaksanakan program-program pemberdayaan masyarakat yang bertujuan untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas-tugas pemerintahan dan pembangunan.

### 4.2 Karakteristik Responden

Uji karakteristik responden digunakan untuk mengetahui dari responden berdasarkan gender, usia, pekerjaan dan pendapatan per bulan. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden dan kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian.

#### 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keragaman responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

|       |           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Laki-laki | 45        | 51,1    | 51,1          | 51,1               |
|       | Perempuan | 43        | 48,9    | 48,9          | 100,0              |
|       | Total     | 88        | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber : Data Primer (diolah) 2023

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa jumlah responden sebanyak 88 orang. Terdapat 45 (51,1%) yang merupakan laki-laki, sementara 43 (48,9%) responden adalah perempuan. Dapat dilihat bahwa proporsi responden berdasarkan jenis kelamin, baik laki-laki dan perempuan, hampir seimbang.

#### **4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Berdasarkan temuan penelitian, berikut ini merupakan pemetaan rentang usia responden:

**Tabel 4. 3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

|       |             | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | <20 Tahun   | 22        | 25,0    | 25,0          | 25,0               |
|       | 21-30 Tahun | 29        | 33,0    | 33,0          | 58,0               |
|       | 31-40 Tahun | 19        | 21,6    | 21,6          | 79,5               |
|       | >40 Tahun   | 18        | 20,5    | 20,5          | 100,0              |
|       | Total       | 88        | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber : Data Primer (diolah) 2023

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan usia dalam penelitian ini beragam, yaitu usia < 20 tahun sebanyak 22 orang atau 25%, usia 21-30 sebanyak 29 (33%) orang, usia 31-40 tahun sebanyak 19 orang dengan persentase 21,6%, serta usia > 40 tahun sejumlah 18 orang dengan persentase 20,5%. Jadi responden terbanyak pada penelitian ini adalah responden dengan usia 21-30 tahun.

### 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan temuan penelitian, tinjauan pekerjaan responden dapat diuraikan sebagai berikut:

**Tabel 4. 4**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

|       |                   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Mahasiswa/Pelajar | 28        | 31,8    | 31,8          | 31,8               |
|       | Pengusaha         | 8         | 9,1     | 9,1           | 40,9               |
|       | PNS               | 9         | 10,2    | 10,2          | 51,1               |
|       | Petani            | 26        | 29,5    | 29,5          | 80,7               |
|       | Lainnya           | 17        | 19,3    | 19,3          | 100,0              |
|       | Total             | 88        | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber : Data Primer (diolah) 2023

Dari data yang tercantum pada tabel 4.4, terdapat 28 responden yang masih berstatus mahasiswa/pelajar, terdapat juga 8 orang yang berprofesi sebagai pengusaha dengan persentase 31,8%, responden PNS (Pegawai Negeri Sipil) sejumlah 9 orang dengan persentase 9,1%, responden yang bekerja sebagai petani sebanyak 26 orang dengan persentase 29,5%, dan responden dengan kriteria pekerjaan lainnya sebanyak 17 orang dengan persentase 19,3%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah mahasiswa/pelajar.

### 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Berdasarkan temuan penelitian, pendapatan per bulan responden dapat digambarkan sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan**

|       |                                 | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Rp500.000,00-<br>2.000.000,00   | 56        | 63,6    | 63,6          | 63,6               |
|       | Rp2.000.000,00<br>-5.000.000,00 | 15        | 17,0    | 17,0          | 80,7               |
|       | >Rp5.000.000,0<br>0             | 17        | 19,3    | 19,3          | 100,0              |
|       | Total                           | 88        | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber : Data Primer (diolah) 2023

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dijelaskan bahwa jumlah responden yang berpenghasilan sebesar Rp 500.000,00 – Rp 2.000.000,00 sebanyak 56 orang atau 63,6%, pendapatan per bulan sebesar Rp2.000.000,00 – 5.000.000,00 sebanyak 15 orang dengan persentase 17%, sedangkan responden dengan pendapatan lebih dari Rp 5.000.000,00 sebanyak 17 orang atau 19,3%. Menurut hasil survei, pendapatan per bulan dari responden yang disurvei mayoritas berpenghasilan Rp 500.000,00 – 2.000.000,00 tiap bulannya.

### 4.3 Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini meliputi variabel persepsi manfaat ( $X_1$ ), persepsi kemudahan ( $X_2$ ) dan variabel minat dalam menggunakan layanan *mobile banking* ( $Y$ ). Data-variabel diperoleh melalui kuesioner yang telah diisi oleh masyarakat Desa Mandalan, Kecamatan Curio, Kabupaten Enrekang, Provinsi Sulawesi Selatan, terkait pemaparan data lebih jelasnya sebagai berikut:

#### 4.3.1 Deskripsi Variabel Persepsi Manfaat

**Tabel 4. 6**  
**Frekuensi Responden Variabel Persepsi Manfaat**

| Variabel         | Item Pernyataan | Total SS | Total S | Total N | Total TS | Total STS |
|------------------|-----------------|----------|---------|---------|----------|-----------|
| Persepsi Manfaat | 1               | 43       | 44      | 1       | 0        | 0         |
|                  | 2               | 46       | 41      | 1       | 0        | 0         |
|                  | 3               | 46       | 38      | 4       | 0        | 0         |
|                  | 4               | 48       | 39      | 1       | 0        | 0         |
| Rata-Rata        |                 | 46       | 41      | 1       | 0        | 0         |

Sumber : Data Primer diolah pada 2023

Tabel yang tertera di atas menjelaskan frekuensi responden mengenai variabel persepsi manfaat, jika dirata-ratakan sebanyak 1 responden yang ragu-ragu dalam menjawab pernyataan mengenai persepsi manfaat. Sebanyak 41 responden yang menjawab setuju, sedangkan yang menjawab sangat setuju sebanyak 46 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden atau masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan setuju mengenai persepsi manfaat.

#### 4.3.2 Deskripsi Variabel Persepsi Kemudahan

**Tabel 4. 7**  
**Frekuensi Responden Variabel Persepsi Kemudahan**

| Variabel           | Item Pernyataan | Total SS | Total S | Total N | Total TS | Total STS |
|--------------------|-----------------|----------|---------|---------|----------|-----------|
| Persepsi Kemudahan | 1               | 37       | 47      | 3       | 1        | 0         |
|                    | 2               | 44       | 40      | 4       | 0        | 0         |
|                    | 3               | 40       | 43      | 1       | 4        | 0         |
|                    | 4               | 52       | 31      | 4       | 1        | 0         |
|                    | 5               | 46       | 39      | 3       | 0        | 0         |
| Rata-Rata          |                 | 44       | 40      | 3       | 1        | 0         |

Sumber : Data Primer diolah pada 2023

Tabel di atas menjelaskan frekuensi responden mengenai variabel persepsi kemudahan, jika dirata-ratakan sebanyak 1 responden yang tidak setuju dalam



menjawab pernyataan persepsi kemudahan. 3 responden yang ragu-ragu dalam menjawab pernyataan mengenai persepsi kemudahan, Sebanyak 40 responden yang menjawab setuju, sedangkan yang menjawab sangat setuju sebanyak 44 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden atau masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan sangat setuju mengenai persepsi kemudahan.

### 4.3.3 Deskripsi Variabel Minat

**Tabel 4. 8**

**Frekuensi Responden Variabel Minat**

| Variabel  | Item Pernyataan | Total SS | Total S | Total N | Total TS | Total STS |
|-----------|-----------------|----------|---------|---------|----------|-----------|
| Minat     | 1               | 34       | 47      | 7       | 0        | 0         |
|           | 2               | 49       | 38      | 1       | 0        | 0         |
|           | 3               | 48       | 34      | 5       | 1        | 0         |
|           | 4               | 44       | 42      | 2       | 0        | 0         |
| Rata-Rata |                 | 44       | 40      | 4       | 0        | 0         |

Sumber : Data Primer diolah pada 2023

Tabel di atas menjelaskan frekuensi responden mengenai variabel minat, jika dirata-ratakan sebanyak 4 responden yang ragu-ragu dalam menjawab pernyataan mengenai minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*, Sebanyak 40 responden yang menjawab setuju, sedangkan yang menjawab sangat setuju sebanyak 44 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden atau masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan berminat dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

## 4.4 Uji Validitas Dan Reliabilitas

### 4.4.1 Uji Validitas Instrumen

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Correlated Item-Total Correlation* dengan program SPSS Versi 25. Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

1. Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item pernyataan atau pertanyaan angket berkorelasi signifikan terhadap skor total (item angket dinyatakan valid).
2. Jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item pernyataan atau pertanyaan angket tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (item angket dinyatakan tidak valid).

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji Validitas**

| Variabel                        | Item Pernyataan | $R_{hitung}$ | $R_{tabel}$ | Keterangan |
|---------------------------------|-----------------|--------------|-------------|------------|
| Persepsi Manfaat<br>( $X_1$ )   | X1.1            | 0,671        | 0,209       | Valid      |
|                                 | X1.2            | 0,640        | 0,209       | Valid      |
|                                 | X1.3            | 0,720        | 0,209       | Valid      |
|                                 | X1.4            | 0,686        | 0,209       | Valid      |
| Persepsi Kemudahan<br>( $X_2$ ) | X2.1            | 0,711        | 0,209       | Valid      |
|                                 | X2.2            | 0,754        | 0,209       | Valid      |
|                                 | X2.3            | 0,675        | 0,209       | Valid      |
|                                 | X2.4            | 0,686        | 0,209       | Valid      |
|                                 | X2.5            | 0,746        | 0,209       | Valid      |
| Minat (Y)                       | Y1.1            | 0,775        | 0,209       | Valid      |
|                                 | Y1.2            | 0,717        | 0,209       | Valid      |
|                                 | Y1.3            | 0,816        | 0,209       | Valid      |
|                                 | Y1.4            | 0,755        | 0,209       | Valid      |

Sumber : Output SPSS Versi 25

Tabel di atas merupakan hasil uji validitas yang menunjukkan item pertanyaan dengan *Corrected Item-Total Correlation* ( $R$  hitung). Nilai tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai  $R$  tabel,  $R$  tabel didapat pada signifikan 0,05 dengan uji 2 arah dan jumlah responden ( $n$ ) = 88, maka diperoleh  $R$  tabel sebesar 0,209. Berdasarkan uji validitas diperoleh nilai *Pearson correlation* ( $R$  hitung) untuk semua item lebih besar dari 0,209 sehingga disimpulkan bahwa 13 item pertanyaan dapat dikatakan valid atau konsisten karena setiap item pernyataan masing-masing variabel memiliki  $r$  hitung yang lebih besar dari  $r$  tabel.

#### 4.4.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas digunakan sebagai alat untuk mengukur keandalan suatu kuesioner yang merupakan indikator setiap variabel. Sebuah kuesioner dianggap reliabel jika jawaban dari responden terhadap pertanyaan-pertanyaan tetap konsisten dari waktu ke waktu. Jika hasil dari Cronbach's alpha  $> 0,60$ . Maka data tersebut dikatakan reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas data dengan menggunakan SPSS Versi 25:

**Tabel 4. 10**  
**Uji Reliabilitas**

| Variabel                     | Item Pertanyaan | Cronbach's alpha | Keterangan |
|------------------------------|-----------------|------------------|------------|
| Persepsi Manfaat ( $X_1$ )   | 4               | 0,611            | Reliabel   |
| Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ) | 5               | 0,753            | Reliabel   |
| Minat (Y)                    | 4               | 0,765            | Reliabel   |

Sumber : Output SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, hasil uji reliabilitas setiap variabel dapat dikatakan reliabel karena Cronbach's alpha pada variabel Persepsi Manfaat 0,611, Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ) 0,753, dan Minat (Y) 0,765 (dengan ketentuan jika Cronbach's alpha lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan reliabel), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua alat ukur pada setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

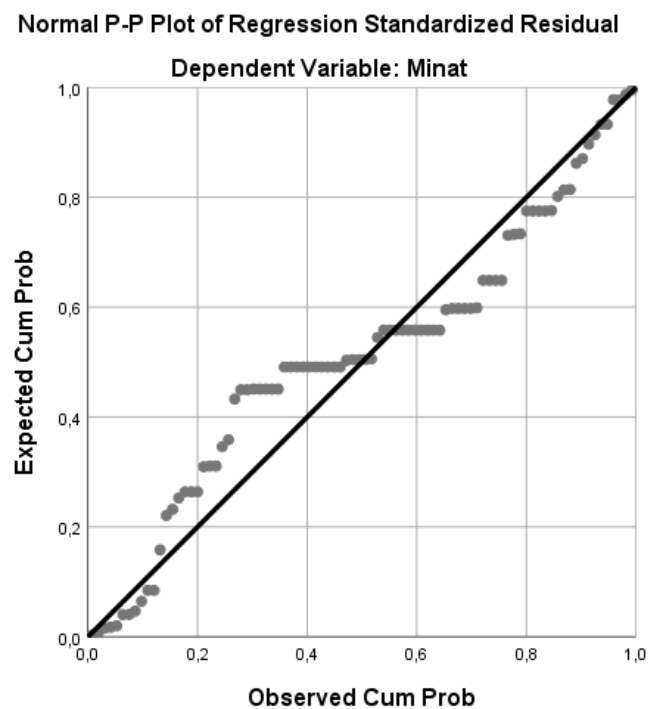
#### 4.5 Uji Asumsi Klasik

##### 4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang telah dikumpulkan memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normal probability plot atau P-Plot merupakan salah satu alternatif yang efektif dalam mendeteksi apakah model regresi yang akan dianalisis berdistribusi normal atau tidak dengan ketentuan jika titik-titik atau data berada di dekat atau mengikuti garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal, sementara jika titik-titik

menjauh atau menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti garis diagonalnya dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi tidak normal.<sup>67</sup>

**Gambar 4. 2**  
**Hasil Uji P-Plot**



Sumber : Output SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil output uji normalitas pada gambar P-Plot dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dan mengikuti garis diagonal. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa pola berdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan data yang digunakan dapat diandalkan. Sehingga dapat dilanjutkan dengan analisis parametrik.

#### **4.5.2 Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas. Dalam uji multikolinearitas terdapat kriteria yang dapat digunakan yaitu nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*. Apabila

<sup>67</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Versi 19*, 2011.

nilai VIF < 10 atau nilai *tolerance* > 0,10 maka dikatakan bebas dari multikolinearitas dan sebaliknya jika nilai VIF > 10 atau nilai *tolerance* < 0,10 maka dikatakan terdapat masalah multikolinearitas.

**Tabel 4. 11**  
**Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |                                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-------|--------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|       |                                      | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant)                           | ,793                        | 1,551      |                           | ,511  | ,610 |                         |       |
|       | Persepsi Manfaat (X <sub>1</sub> )   | ,425                        | ,104       | ,347                      | 4,099 | ,000 | ,641                    | 1,560 |
|       | Persepsi Kemudahan (X <sub>2</sub> ) | ,422                        | ,068       | ,522                      | 6,172 | ,000 | ,641                    | 1,560 |

a. Dependent Variable: Minat

Sumber : Output SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel di atas dapat diidentifikasi bahwa nilai tolerance variabel persepsi manfaat sebesar 0,641 sedangkan nilai VIF sebesar 1,560, nilai tolerance pada variabel persepsi kemudahan sebesar 0,641 dan nilai VIF sebesar 1,560. Dari penjelasan ini dapat disimpulkan model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel bebas karena variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10. Dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen tersebut tidak terjadi gejala multikolinearitas dan dapat dilanjutkan ke model regresi selanjutnya.

#### 4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan dalam model regresi untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual antara pengamatan ke pengamatan lainnya. Pengujian ini menggunakan uji glejser dengan ketentuan jika nilai signifikansi > 0,05, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model

regresi. Disisi lain jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

**Tabel 4. 12**  
**Uji Heteroskedastisitas**

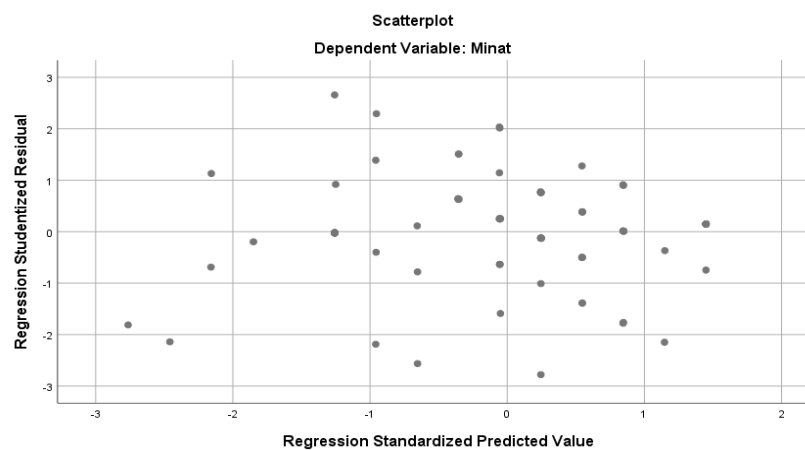
| Model |                                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|--------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |                                      | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant)                           | 2,877                       | 1,106      |                           | 2,600  | ,011 |
|       | Persepsi Manfaat (X <sub>1</sub> )   | -,082                       | ,074       | -,147                     | -1,107 | ,271 |
|       | Persepsi Kemudahan (X <sub>2</sub> ) | -,029                       | ,049       | -,078                     | -,589  | ,558 |

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber : Output SPSS Versi 25

Berdasarkan output di atas dapat diketahui nilai signifikansi (Sig.) untuk persepsi manfaat (X<sub>1</sub>) = 0,271 dan nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel persepsi kemudahan (X<sub>2</sub>) = 0,558. Nilai kedua variabel independen memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Maka, berdasarkan dasar keputusan dalam uji glejser, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dan model regresi layak untuk digunakan.

**Gambar 4. 3**  
**P-plot Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : Output SPSS Versi 25

Berdasarkan gambar 4.3 di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar tanpa membentuk pola tertentu, serta menyebar di atas dan di bawah garis. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas sehingga model regresi dapat terpenuhi karena varians residual dalam model tersebut adalah konstan di seluruh rentang nilai variabel independen. Model regresi dapat dianggap akurat dan dapat diandalkan.

#### 4.5.4 Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel persepsi manfaat dan variabel persepsi kemudahan mempengaruhi minat dalam menggunakan *mobile banking*. Adapun hasil uji regresi linier berganda menggunakan SPSS Versi 25 sebagai berikut:

**Tabel 4. 13**  
**Uji Regresi Linear Berganda**

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

| Model                        |   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|------------------------------|---|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                              |   | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                            | (Constant)                              | ,793                        | 1,551      |                           | ,511  | ,610 |
|                              | Persepsi Manfaat<br>(X <sub>1</sub> )   | ,425                        | ,104       | ,347                      | 4,099 | ,000 |
|                              | Persepsi Kemudahan<br>(X <sub>2</sub> ) | ,422                        | ,068       | ,522                      | 6,172 | ,000 |
| a. Dependent Variable: Minat |   |                             |            |                           |       |      |

Sumber : Output SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel di atas dapat diambil suatu persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \text{ atau}$$

$$Y = 0,793 + 0,425X_1 + 0,422X_2$$

Nilai konstanta dan koefisien regresi linier pada tabel di atas dapat diinterpretasikan bahwa:

1. Konstanta (constant) = 0,793

Konstanta yang ditunjukkan pada tabel di atas sebesar 0,793 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas  $X_1$  dan  $X_2$  sama dengan nol maka nilai  $Y$  adalah 0,793. Dengan kata lain nilai minat dalam menggunakan *mobile banking* tanpa menerapkan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan adalah 0,793.

2. Koefisien regresi = 0,425

Koefisien regresi persepsi manfaat ( $X_1$ ) yang ditunjukkan pada tabel di atas adalah 0,425, menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada persepsi manfaat akan menyebabkan peningkatan sebesar 0,425 dalam minat menggunakan *mobile banking*. koefisien ini memiliki nilai positif yang menandakan bahwa persepsi manfaat ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

3. Koefisien regresi = 0,422

Koefisien regresi persepsi kemudahan ( $X_2$ ) yang ditunjukkan pada tabel di atas sebesar 0,422, menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada persepsi kemudahan akan menyebabkan peningkatan sebesar 0,422 dalam minat menggunakan *mobile banking*. koefisien ini memiliki nilai positif, artinya persepsi kemudahan ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

#### **4.6 Uji Hipotesis**

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antar variabel bebas yaitu variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan dengan variabel terikat yaitu minat dalam menggunakan *mobile banking* secara parsial, berikut adalah tabel hasil uji t:

##### **4.6.1 Uji t**

Uji t digunakan untuk menguji apakah setiap variabel bebas yaitu persepsi manfaat ( $X_1$ ) dan persepsi kemudahan ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu minat dalam menggunakan *mobile*



*banking* (Y) secara parsial. Adapun pengambilan keputusan dalam uji t dengan menggunakan SPSS versi 25 dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan adalah 5%.

1. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka hipotesis diterima karena variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat atau dengan kata lain ada pengaruh antara variabel yang diuji. Begitupun sebaliknya jika Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak karena variabel bebas tidak dapat menjelaskan variabel terikat atau dengan kata lain tidak ada pengaruh antara variabel yang diuji.
2. Membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Namun sebaliknya jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

**Tabel 4. 14**

**Uji t**

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

| Model |                                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|-------|--------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                                      | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant)                           | ,793                        | 1,551      |                           | ,511  | ,610 |
|       | Persepsi Manfaat (X <sub>1</sub> )   | ,425                        | ,104       | ,347                      | 4,099 | ,000 |
|       | Persepsi Kemudahan (X <sub>2</sub> ) | ,422                        | ,068       | ,522                      | 6,172 | ,000 |

a. Dependent Variable: Minat

Sumber : Output SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, maka rumus  $t_{tabel}$  yang digunakan sebagai berikut:

- 1) Hasil uji t untuk variabel persepsi manfaat (X<sub>1</sub>) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 4,099 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas

signifikansi 0,05 didapat  $t_{tabel}$  sebesar 1,988. Maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,099 > 1,988$ ) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_1$  diterima dan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking* (Y). Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*, yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

- 2) Hasil uji t untuk variabel persepsi kemudahan ( $X_1$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 6,172 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, didapat  $t_{tabel}$  sebesar 1,988. Maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,172 > 1,988$ ) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_2$  diterima dan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking* (Y). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*, yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima.

#### 4.6.2 Uji f

Melalui uji f, dapat diketahui apakah semua variabel independen dalam model regresi memiliki pengaruh simultan terhadap variabel dependen. Adapun ketentuan dari uji F, yaitu:

1. Jika nilai signifikan  $f < 0,05$  maka  $H_0$  dan  $H_1$  diterima. Ini menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$ , berarti semua variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

**Tabel 4. 15**  
**Uji f**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model   |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|---|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1   | Regression | 172,228        | 2  | 86,114      | 66,489 | ,000 <sup>b</sup> |
|   | Residual   | 110,090        | 85 | 1,295       |        |                   |
|   | Total      | 282,318        | 87 |             |        |                   |
| a. Dependent Variable: Minat                                    |            |                |    |             |        |                   |
| b. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat |            |                |    |             |        |                   |

Sumber : Output SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel uji f di atas diperoleh  $f_{hitung}$  variabel sebesar 66,489. Hal ini menunjukkan bahwa  $f_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $f_{tabel}$  ( $66,489 > 3,104$ ) dan nilai signifikan  $f < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Artinya secara simultan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking* yang berarti  $H_3$  diterima.

#### 4.6.3 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinan digunakan untuk mengukur berapa persen kemampuan variabel bebas pada waktu yang bersamaan (simultan) dengan variabel terikat. Berikut tabel hasil uji koefisien determinasi:

**Tabel 4. 16**  
**Uji Koefisien Determinasi**

#### Model Summary

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,781 <sup>a</sup> | ,610     | ,601              | 1,138                      |

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

Sumber : Output SPSS Versi 25

Nilai koefisien determinasi ditunjukkan pada kolom *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,601 atau sebesar 60,1%. Hal ini berarti variabel persepsi manfaat

dan persepsi kemudahan mampu menjelaskan variabel minat sebesar 60,1% dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Sedangkan sisanya sebesar 39,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### **4.7 Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **4.7.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking***

Temuan dari penelitian yang telah dilakukan mengindikasikan bahwa variabel persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*, faktor persepsi manfaat sangat mendukung dalam meningkatkan minat masyarakat Desa Mandalan dalam memanfaatkan layanan *mobile banking*. Ketika masyarakat Desa Mandalan merasa terbantu dalam melakukan transaksi perbankan dengan cepat, dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, efektif dalam membantu dan mengontrol keuangan, serta *mobile banking* memiliki manfaat yang besar dalam menjalankan transaksi perbankan. Dari beberapa manfaat tersebut maka masyarakat Desa Mandalan akan berminat dalam menggunakan *mobile banking*.

Temuan penelitian ini serupa dengan penelitian tentang “Analisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan keamanan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* (studi kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) kantor cabang Semarang Pandanaran)” yang dilakukan oleh Margaretha Oktavia Pranoto dan R. Gunawan Setianegara tahun penelitian 2020 yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Begitu pun dengan penelitian yang dilakukan oleh Munif Anggraeni tahun 2020 dalam penelitiannya “Pengaruh *technology acceptance model* dan kualitas layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* (studi kasus pada PT Bank BRI Syariah KCP Majapahit Semarang)” dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

#### 4.7.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil uji t, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan ( $X_2$ ) mempunyai  $t_{hitung}$  sebesar 6,172 dan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi persepsi kemudahan ( $X_2$ ) lebih kecil dari 0,05 dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (6,172 > 1,988), maka dapat dikatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah atau  $H_2$  diterima. Artinya, jika masyarakat Desa Mandalan merasa bahwa penggunaan *mobile banking* mudah dimengerti, meningkatkan keterampilan, menghemat biaya, mudah digunakan, serta mudah dipelajari, maka akan mempengaruhi minat masyarakat Desa Mandalan dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Kemudahan dalam penggunaan layanan *mobile banking* tersebut membuat masyarakat Desa Mandalan berkeinginan untuk menggunakannya, jika sistem yang dipakai rumit dalam penggunaannya tentu masyarakat Desa Mandalan akan malas atau tidak berminat menggunakannya. Hal ini berdasarkan teori TAM yang menjelaskan bahwa kemudahan merupakan faktor penting dalam mempengaruhi adopsi teknologi.

Temuan dari penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Yoli Ananda Fitria pada tahun 2022 “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten menggunakan *mobile banking*” penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Keyka Finnannafi’ah dan Bannu Witono pada tahun 2022 “Pengaruh persepsi kemudahan, risiko, manfaat dan kenyamanan terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*.” Dalam penelitian tersebut, ditemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Merujuk pada penelitian dan pengujian data yang telah dilakukan mengenai persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan, ditemukan kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking* ( $H_1$  diterima). Hal ini didukung dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,099 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat  $t_{tabel}$  sebesar 1,988. Oleh karena itu, nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,099 > 1,988$ ) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Desa Mandalan merasa mendapatkan banyak manfaat jika bertransaksi menggunakan layanan *mobile banking* seperti mempercepat proses transaksi. Selain itu, dapat diakses secara universal dan fleksibel, kapan pun dan di mana pun, sehingga meningkatkan minat mereka dalam menggunakan layanan *mobile banking*.
2. Persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking* ( $H_2$  diterima). Hal ini didukung dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,172 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, didapat  $t_{tabel}$  sebesar 1,988. Oleh karena itu, nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,172 > 1,988$ ) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan mendukung minat masyarakat Desa Mandalan dalam menggunakan *mobile banking*.

#### **5.2 Saran**

Sebagai akhir dari penelitian ini peneliti menyampaikan beberapa saran :

1. Dalam penelitian ini peneliti hanya meneliti masyarakat Desa Mandalan saja dengan jumlah sampel yang sedikit, peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya agar mengambil sampel penelitian dengan jumlah

yang lebih besar sehingga mendapat hasil penelitian yang menarik daripada penelitian ini.

2. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel independen berupa keterbatasan pengetahuan dan literasi digital, koneksi internet, dan keamanan yang belum dicantumkan dalam penelitian ini agar peneliti di masa mendatang dapat mengungkapkan faktor lain yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking* di pedesaan.
3. Bagi bank diharapkan untuk melakukan sosialisasi dan edukasi terkait manfaat maupun kemudahan dalam menggunakan *mobile banking* terutama di daerah pedesaan yang masih minim akan fasilitas perbankan sehingga dengan mereka mengetahui manfaat dan kemudahan yang ditawarkan perbankan syariah berupa *mobile banking* dapat dimanfaatkan oleh masyarakat pedesaan yang susah memiliki akses ke bank.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Ahyar, Hardani, Universitas Sebelas Maret, Helmina Andriani, Dhika Juliana Sukmana, Universitas Gadjah Mada, Hardani, and others, *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 2020.

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 2016.

———, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, Edisi 9 (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018).

———, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Universitas Diponegoro, 2009).

———, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Versi 19*, 2011.

Hamdi, Asep Saepul, and E. Baharuddin, ‘Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan’, in *Buku* (CV Budi Utama), 2014.

Kotler, Philip, and Kevin Line Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta : Erlangga, 2012).

Machali, Imam, ‘Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif’, in *Buku*, 2017.

Muhibbin, Syah, *Psikologi Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010).

Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, and M. Budiantara, *Dasar-Dasar Statistik Penelitian* (Sibuku Media, 2017).

Rukajat, Ajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif (Quantitative Research Approach)*, 2018.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung, 2008).

Walgito, Bimo, *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*, Yogyakarta, 2004.



## **Jurnal**

Ahmad, and Bambang Setyo 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)’, *Jurnal Studi Manajemen*, 8.9 (2014).

Aritonang, Rosalin Yunita, and Isnadul Noer Afifah, ‘Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan M-Banking Pada Pt Bank Sumut Kc Kisaran’, *Jurnal Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, February, 2021, 450–58

Astuti, Yulia Widi, Ratno Agriyanto, and Ahmad Turmudzi, ‘Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah’, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19.3 (2020), 134–58

Bakhtiar, M. Rifki, Erawati Kartika, and Ika Listyawati, ‘Faktor-Faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Syariah Mandiri’, *Jurnal Altijarah*, Vol. 6 No. (2020).

Batmetan, John Reimon, and Triska Pinatik, ‘Sistem Keamanan Anjungan Tunai Mandiri’, *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 2018

Davis, Fred D., Richard P. Bagozzi, and Paul R. Warshaw, ‘User Acceptance of Information Technology: A Comparison of Two Theoretical Models’, *Management Science*, 35.8 (1989), 982–1003

Gultom, Mitra Sami, and Nur Safitry, ‘Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Non Tunai Dengan Jakone Mobile’, *Jurnal Ekonomi Islam*, 12.November (2021), 241–61

Haryono, Novan, and Rooney Octavia, ‘Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen’, *Jurnal INDEPT*, 4.1 (2020), 20–27

- Inayah, Nur, Ratno Agriyanto, and Warno, 'The Role of Spirituality in the Behavior of Sharia Bank Mobile Banking: Evidence from Indonesia', *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 26.1 (2018), 197
- Iriani, Annisa Fitri, 'Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo', *Journal of Islamic Management and Business*, Vol 2, No. (2018).
- Ismail, Taupik, and Ramayani Yusuf, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung', *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5.3 (2021), 413–23
- Ismulyaty, Nurmaini, May Roni, 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo)', *Jurnal Nisbah*, 8 (2022), 66–75
- Joni, Rahmah Yulianti, and Cut Hamdiah, 'Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Banda Aceh)', *Jurnal Serambi Konstruktivis*, 4.2 (2022), 56–63
- Kholid, Fernanda Idham, and Embun Duriyani Soemarso, 'Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah, Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT. Bank BNI Syariah KCP Magelang', *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8, 50
- M.Abu-Taieh, Evon, Issam AlHadid, and Sabah Abu-Tayeh, 'Continued Intention To Use of M-Banking In Jordan By Integrating UTAUT, TPB, TAM, and Service Quality with ML', *Jurnal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 2022.
- Maharani, Bella, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BNI (Studi

- Kassus BNI KCU Jakarta Pusat), *Jurnal STEI Ekonomi*, 2020, 1–15
- Mahmudah, and Rahmatika, ‘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 Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 6 No. (2021), 423
- Mayjeksen, Andre, and Desi Pibriani, ‘Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Pengguna Terhadap Pengguna Aplikasi Belanja Online XYZ’, *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 7.2407–4322 (2020), 580–92
- Nasution, Leni Masnidar, ‘Statistik Deskriptif’, *Jurnal Hikmah*, 14 (2017), 52
- Nurdin, Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani Nurfitriani, and Abdul Jalil, ‘Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)’, *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2.1 (2020), 87–104
- Nursiah, Muh. Ferils, and Jamaludin Kamarudin, ‘Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking’, *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 19 (2022), 93
- Nurzanita, Reza, and Novi Marlina, ‘Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Go Pay Di Surabaya Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening’, *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 17 (2020).
- Oktovianus Sauw, Renny Mointi, A Syahrul Makkuradde, Sujatmiko, and Angdy Ayu Mustika, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking Pada PT Bank Sulselbar Cabang Soppeng’, *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 6.1 (2023), 39–53
- Pika, Putu Ayu Titha Paramita, Kadek Darmaastawan, Ayu Indira Dewiningrat, and Jonathan Jacob Paul Latupeirissa, ‘Antesenden Minat Menggunakan BRI Mobile (Brimo) Pada Nasabah BRI Kantor Cabang Sesetan, Denpasar’, *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 2022.

- Pranoto, Margaretha Oktavia, and R. Gunawan Setianegara, 'Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking ( Studi Kasus Pada PT Bank Rakyat Indonesia ( Persero ) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran )', *Jurnal Keunis Majalah Ilmiah*, 8.2302 (2020), 1–9
- Pratiwi, M. T., F. Indriani, and J. Sugiarto, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Pada Penggunaan Mobile Payment', *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 10 (2019), 90
- Purba, Harry Chrystian, and Onan Maarakali Siregar, 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Konsumen Dan Promosi Terhadap Penggunaan Cryptocurrency Sebagai Instrumen Investasi', *Journal Of Social Research*, Vol.1 No.7 (2022), 682
- Putra, Muhammad Iqbal Arya, and Ratna Candra Sari, 'Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi', *Jurnal Profita Kajian Ilmu Akuntansi*, 8.8 (2020), 1–12
- Rahmah, Citra Anita, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan', *Jurnal Manajemen Tools*, 12.2 (2020), 30–44
- Rahman, Surya Adi, Fajar Adhitya, and Novan Erlandika, 'The Effect Of Usability Perception And Easy Perception Of Real Use In Online Purchasing Transactions', *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 1.1 (2019), 61–74
- Rahmawati, Ita, and Rissalatul Illiyin, 'Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian HP Oppo', *Jurnal Ilmiah Hospitality*, Vol.10 N0. (2021).
- Ratnayake, Hashan N., and Sarath S. Kodithuwakku, 'Examining Factors

- Influencing The Behavioural Intention Of Using Mobile Banking: A Structural Equation Modelling Approach', *International Conference On Business Management*, 2022.
- Rombe, Yusuf, 'Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Jasa Perbankan Di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Pusat Jakarta Pusat', *Journal Ekonomika*, 2020.
- Setiawan, Ajis, Nurul Qomariah, and Haris Hermawan, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen', *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9.2 (2019), 114–26
- Sibuea, Santi Johana, Dolores Oktavianthy, and Agus Edy Rangkuti, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo', *Jurnal Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 2021, 635–45
- Suhayati, Yoannisa Fitriani, Azri Nur Maulina, and Widwi Handari Adji, 'Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI Dan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah', 4.6 (2022), 1681–95
- Sukma, Erlangga Andi, Musthofa Hadi, and Farika Nikmah, 'Effect Of Technology Acceptance Model (Tam) And Trust Towards Intension Of Instagram Users', *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 4.2 (2019), 112–21
- Sulkarnain, Rezkya, Dirwan, and Nurkhalik Wahdani Al Asbara, 'Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Resiko Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Sam Ratulangi', *Nobel Management*, Vol. 3 No. (2022).
- Sulmi, Alif Ainul Khatimah, Murtiadi Awaluddin, Ilham Gani, and Muslimin Kara, 'Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Empiris Pada

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)', *Journal IBEF: Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 1.2 (2021), 59–73

Ulansari, Luh Putu Eka, and I Gede Agus Pertama Yudiantara, 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Pembayaran Elektronik (E-Payment)', *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, Vol. 11 No (2021).

Venkatesh, Viswanath, and Fred D. Davis, 'Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies', *Jurnal Management Science*, 46.2 (2000), 186–204

Wulandari, Novitasari Putri, and Nadya Novandriani Karina, 'Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking Di Bandung', *Jurnal Bisnis Dan Iptek*, Vol.10 No. (2017).

Yudiantara, Putu Oka, and I Gst. Ngr. Jaya Agung Widagda, 'The Role Of Trust Mediating The Effect Of Perceived Usefulness And Perceived Ease Of Use On Decisions To Use The Link Application Users In Denpasar City', *International Journal Of Health Sciences*, 2022, 6313

Zuliani, and Nisa Ayu Purwati, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah', *Jurnal Serambi Konstruktivis*, 2021.

### **Website**

Ardianto, Prisma, 'Kuartal I 2023, Pengguna BSI Mobile Tembus 5,18 Juta', *Beritasatu.Com*, 2023.

'BSI Bank Syariah Indonesia' <<https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-terus-dorong-aktivasi-digital-transaksi-via-bsi-mobile-lebih-masif>>

‘CNBC Indonesia’ <<https://www.cnbcindonesia.com/market/20230216162859-17-414430/pengguna-meleset-transaksi-bsi-mobile-diprojeksi-naik-23>>

DataIndonesia.id, ‘APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta Pada 2022-2023’.

<https://www.statista.com>, ‘Negara Dengan Jumlah Pengguna Internet Terbanyak 2023’.

Mutia, Annisa, ‘Survei: Mayoritas Publik Indonesia Belum Pernah Akses Internet Atau Mobile Banking’, *Katadata.Co.Id* <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/06/survei-mayoritas-publik-indonesia-belum-pernah-akses-internet-atau-mobile-banking>>.

‘TafsirWeb’ <<https://tafsirweb.com/2485-surat-al-araf-ayat-31.html>>.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### KUESIONER PENELITIAN

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Terima kasih atas partisipasi bapak/ibu/saudara(i) untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Daftar pernyataan dibuat dengan maksud mengumpulkan data dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan)". Atas waktu dan kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

#### IDENTITAS RESPONDEN

- Nama :
- Jenis Kelamin :
- Usia :
- Pekerjaan :
- Pendapatan per bulan  500.000 – 2.000.000  
 2.000.000 – 5.000.000  
 > 5.000.000

#### PETUNJUK PENGISIAN

Mohon dibaca setiap item pernyataan di bawah ini dan beri tanggapan dengan memberikan tanda *tick marck* (✓) pada kolom jawaban yang disediakan dengan keterangan sebagai berikut :

- STS = Sangat Tidak Setuju                      S = Setuju  
TS = Tidak Setuju                                SS = Sangat Setuju  
N = Netral



## DAFTAR PERNYATAAN

### PERSEPSI MANFAAT

| No | Keterangan  | STS | TS | N | S | SS |
|----|---|-----|----|---|---|----|
| 1  | Saya merasa dengan menggunakan <i>mobile banking</i> dapat membantu dalam melakukan transaksi perbankan dengan cepat.         |     |    |   |   |    |
| 2  | <i>Mobile banking</i> dapat diakses dimana saja dan kapan saja, sehingga tidak mengganggu produktivitas di tempat kerja saya. |     |    |   |   |    |
| 3  | Penggunaan <i>mobile banking</i> memungkinkan saya secara efektif dalam memantau dan mengontrol keuangan.                     |     |    |   |   |    |
| 4  | Saya merasa <i>mobile banking</i> memiliki manfaat yang besar dalam melakukan transaksi perbankan                             |     |    |   |   |    |

### PERSEPSI KEMUDAHAN

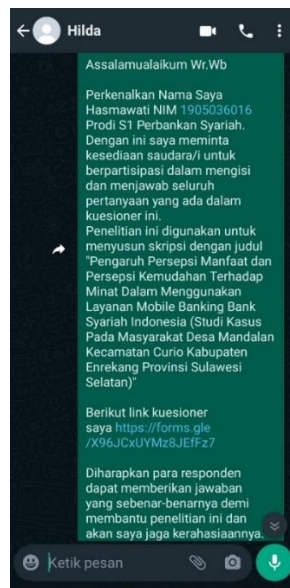
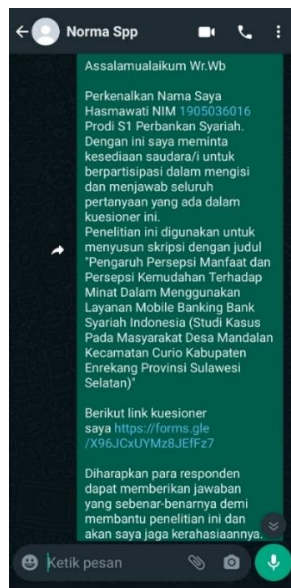
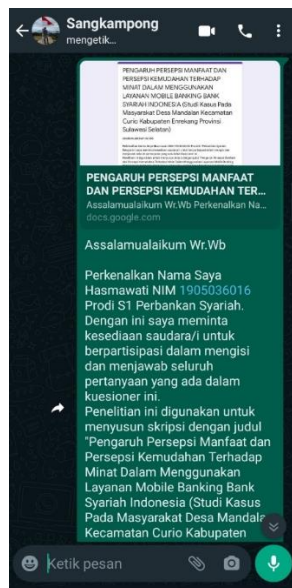
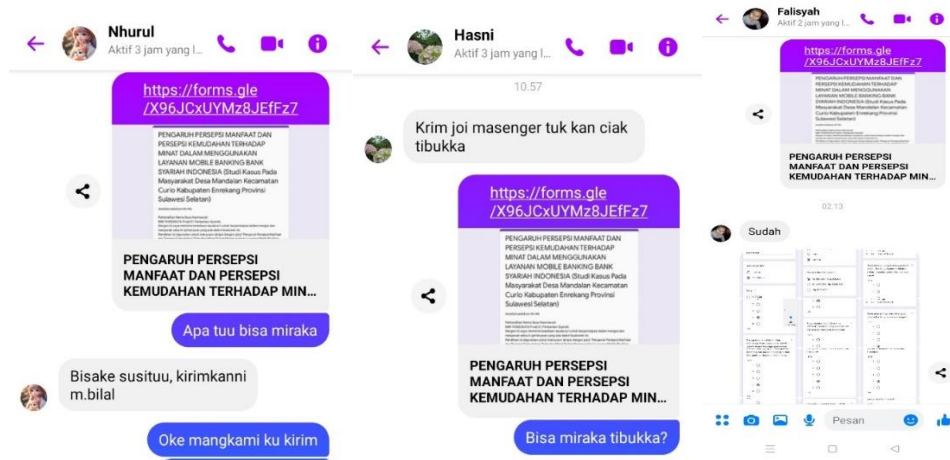
| No | Keterangan  | STS | TS | N | S | SS |
|----|---|-----|----|---|---|----|
| 1  | Saya merasa fitur yang ada pada layanan <i>mobile banking</i> mudah dimengerti.   |     |    |   |   |    |
| 2  | Saya merasa dengan menggunakan <i>mobile banking</i> dapat meningkatkan keterampilan dalam menavigasi fitur-fitur pada aplikasi <i>mobile banking</i> . |     |    |   |   |    |
| 3  | Penggunaan <i>mobile banking</i> dapat menghemat biaya dalam melakukan transaksi.   |     |    |   |   |    |
| 4  | <i>Mobile banking</i> dapat digunakan dengan mudah di manapun dan kapanpun.   |     |    |   |   |    |

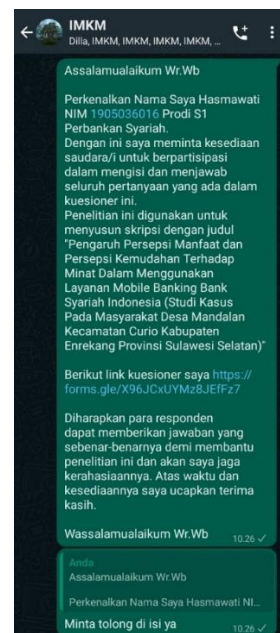
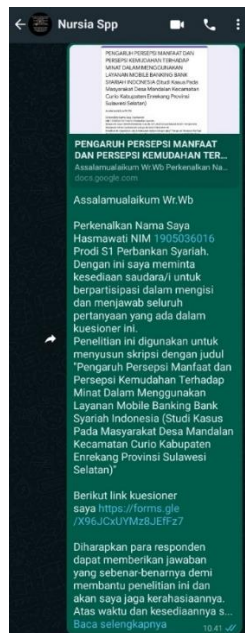
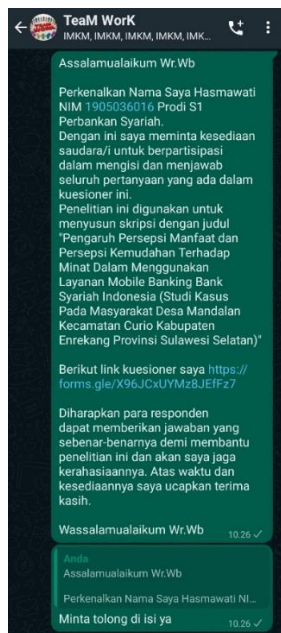
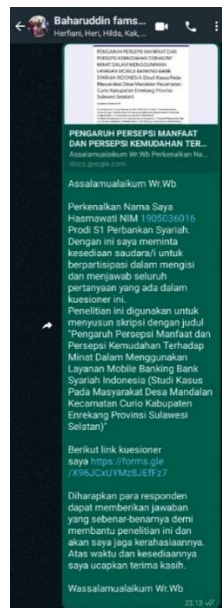
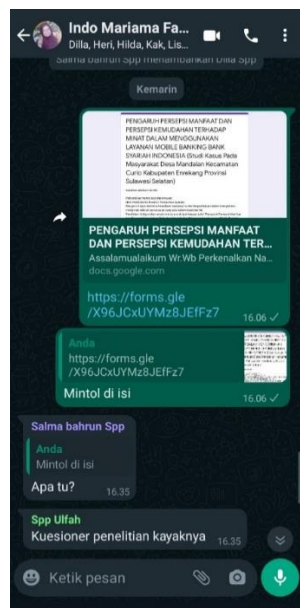
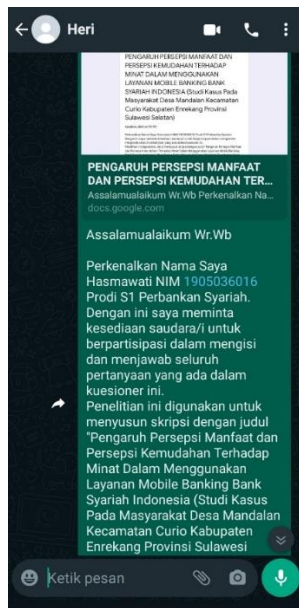
|   |   |  |  |  |  |  |
|---|---|--|--|--|--|--|
| 5 | Saya merasa cara penggunaan layanan <i>mobile banking</i> mudah dipelajari. |  |  |  |  |  |
|---|---|--|--|--|--|--|

## MINAT

| No | Keterangan   | STS | TS | N | S | SS |
|----|--|-----|----|---|---|----|
| 1  | Saya akan menggunakan <i>mobile banking</i> bank syariah karena memiliki banyak manfaat  |     |    |   |   |    |
| 2  | Saya tertarik dan berminat menggunakan <i>mobile banking</i> bank syariah karena membuat transaksi lebih mudah                               |     |    |   |   |    |
| 3  | Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk ikut bertransaksi secara non tunai dengan menggunakan <i>mobile banking</i> bank syariah. |     |    |   |   |    |
| 4  | Saya berencana menggunakan <i>mobile banking</i> bank syariah secara berulang kali setiap melakukan transaksi pembayaran.                    |     |    |   |   |    |

## Lampiran 2: Penyebaran Kuesioner





## RIWAYAT HIDUP



### Data Diri

Nama : Hasmawati  
Tempat, tanggal lahir : Mandalan, 17 Agustus 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Desa Mandalan, Kecamatan Curio, Kabupaten  
Enrekang, Provinsi Sulawesi Selatan.  
No. HP : +6282114248082  
Email : [hasmawati1714@gmail.com](mailto:hasmawati1714@gmail.com)

### Jenjang Pendidikan

SD : SDN 147 Pelali  
SMP : SMPN 1 Alla  
SMA : SMAN 6 Enrekang

### Pengalaman Organisasi

|                            |         |  |
|----------------------------|---------|--|
| PMII Rayon Ekonomi         | Sebagai | Anggota Lembaga Ekonomi Kreatif (2019) |
| Komunitas Bisnis Walisongo | Sebagai | Pengurus Divisi Kominfo (2021)         |