

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING* BSI PADA MAHASISWA PRODI
PERBANKAN SYARIAH UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

SKRIPSI

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



Oleh:

HAFIS M. HANAFI

NIM. 1705036170

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

2024



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

PENGESAHAN

Skripsi saudara : Hafis M Hanafi
NIM : 1705036170
Jurusan : SI Perbankan Syariah
Judul : **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking BSI Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang**

Telah diujikan dalam sidang munaqosyah oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS pada tanggal :

27 Juni 2024

Dengan demikian dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (satu) Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam tahun akademik 2023/2024.

Semarang, 27 Juni 2024

Ketua Sidang

Farah Amalia, S.E., M.M.
NIP. 199401182019032026

Sekretaris Sidang

Arif Afendi, S.E., M.Sc.
NIP. 198505262015031002

Penguji I

Dr. H. Muchamad Fauzi, S.E., MM.
NIP. 197302172006041001

Penguji II

Mardhiyatarrositaningsih, M.E.
NIP. 199303112019032020

Pembimbing I

Arif Afendi, S.E., M.Sc.
NIP.198505262015031002

Pembimbing II

Ana Zahrotun Nihayah, M.A.
NIP. 198907082019032018



Deklarasi Keaslian

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan pihak manapun. Skripsi ini tidak berisi pemikiran orang lain kecuali pemikiran para ahli yang ada dalam buku untuk dijadikan sebagai bahan referensi penulis.

Semarang, 20 Juni 2024

Deklarator

Hafis M Hanafi

NIM. 1705036170

Motto

أَتَيْمٌ كَفَّارٌ كُلُّ يَجِبُ لَا وَاللَّهِ الصَّدَقَاتُ وَيُرِي الرِّبَا اللَّهُ يَمْحَقُ

Allah menghilangkan (keberkahan dari) riba dan menyuburkan sedekah. Allah tidak menyukai setiap orang yang sangat kufur lagi bergelimang dosa

Persembahan

Alhamdulillah segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat, rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis mempersembahkan karya skripsi ini kepada Ibunda Muntriyah, bulek saya Sutriyah, Om saya Agus Sumarsono dan Tunangan saya Renisa Rahma Wiandita yang senantiasa mencurahkan doa, motivasi, semangat dan nasihat yang tidak terbatas. Terima kasih atas segala dukungan yang tidak pernah berhenti kalian berikan.

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT berkat segala cucuran kasih sayang dan petunjuk-Nya, sehingga penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking BSI Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang”** dapat tersusun dengan lancar. Disamping itu penulis juga menyadari bahwa tanpa bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan selesai dengan baik.

Penelitian ini disusun guna memenuhi persyaratan yaitu tugas akhir dalam menempuh pendidikan Strata S-1 pada bidang Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Selanjutnya terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Prof Dr. Nizar, M.Ag selaku Plt.Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Nur fatoni, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak Arif Afendi, S.E., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Program Studi S1 Perbankan Syari“ah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Ibu Mardhiyaturrositaningsih, M.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Program Studi S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
5. Bapak Ferry Khusnul Mubarak, S.E.I., M.A. selaku Wali Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
6. Bapak Arif Afendi, S.E., M.Sc. pembimbing I skripsi yang telah meluangkan waktu, memberi pengarahan dan motivasi serta memberikan ilmu yang berharga bagi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Ibu Ana Zahrotun Nihayah, M.A. selaku Dosen pembimbing II skripsi yang telah meluangkan waktu, memberi pengarahan dan motivasi serta memberikan ilmu yang berharga bagi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Program Studi S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan

Ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan mata kuliah S1 Perbankan Syariah.

9. Terima kasih untuk teman-teman yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala kepada semua pihak diatas atas bantuan dan kebaikannya yang diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 20 Juni 2024

Penulis

Hafis M Hanafi

DAFTAR ISI

DEKLARASI KEASLIAN	i
MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	vii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	10
D. Sistematika Penulisan	11
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Mobile Banking	12
B. Kualitas Layanan	23
C. Minat	30
E. Kerangka Penelitian	33
F. Hipotesis	34
BAB III: METODE PENELITIAN	41
A. Rancangan Penelitian.....	41
B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	42
C. Populasi , Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	43
D. Teknik Pengumpulan Data	43
E. Instrumen Penelitian.....	44
F. Teknik Analisi Data.....	47
BAB IV:ASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Walisongo.....	50
B. Hasil Penelitian	50
C. Pembahasan	59
BAB V: PENUTUP.....	62

A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	62

Lampiran

Abstrak

Peningkatan penggunaan smartphone dan internet yang mendorong dunia perbankan untuk beradaptasi dengan layanan mobile banking. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan pengaruh sosial terhadap minat mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dalam menggunakan mobile banking BRI. Rumusan masalah yang diangkat adalah bagaimana kualitas layanan dan pengaruh sosial mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan mobile banking BRI. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan teknik simple random sampling, mengumpulkan data dari 33 responden melalui kuisioner yang kemudian dianalisis menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan mobile banking BRI. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan mengenai pentingnya peningkatan kualitas layanan untuk mendorong penggunaan mobile banking di kalangan mahasiswa .

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Minat Menggunakan, Mobile Banking

Abstract

The increasing use of smartphones and the internet has driven the banking sector to adapt to mobile banking services. This study aims to analyze the influence of service quality and social influence on the interest of students in the Sharia Banking Study Program at the State Islamic University of Walisongo Semarang in using BRI mobile banking. The research questions addressed are how service quality and social influence affect students' interest in using BRI mobile banking. The research method employed is quantitative descriptive with a simple random sampling technique, collecting data from 33 respondents through questionnaires, which are then analyzed using SPSS. The results of the study indicate that both service quality and social influence significantly impact students' interest in using BRI mobile banking. Therefore, this study provides insights into the importance of improving service quality to promote the use of mobile banking among students.

Keywords: Service Quality, Interest in Using, Mobile Banking

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiringnya waktu, teknologi mengalami kemajuan dengan mengikuti perkembangan manusia itu sendiri. Manusia menginginkan semua kegiatan yang dilakukan dari waktu ke waktu bisa dilakukan dengan mudah demi memuaskan segala kemauannya. Mulai dari hal sederhana sampai hal besar manusia menginginkan semua aktivitasnya terlaksana sesuai kebutuhan dan tentunya dengan kemudahan-kemudahan yang bisa didapatkan. Dewasa ini dunia telah memasuki era globalisasi. Di era saat ini, yang menjadi indikator kemajuan suatu negara yaitu disebabkan oleh dampak adanya penguasaan kecanggihan teknologi. Negara dikatakan maju jika memiliki tingkat penguasaan teknologi tinggi (high quality).¹

Financial Technology merupakan salah satu perkembangan teknologi yang menjadi bahan perbincangan di Indonesia yang saat ini diterapkan di lembaga keuangan. Definisi Financial Technology yang dikemukakan oleh National Research Centre (NDRC) merupakan suatu inovasi di bidang jasa keuangan yang berasal dari kata “financial” dan “technology” (FinTech) yang mengacu pada inovasi keuangan dengan melalui teknologi modern. Istilah Fintech biasanya digunakan oleh perusahaan yang menawarkan kecanggihan teknologi di bidang keuangan yang telah menjadi perbincangan sejak tahun 2010. Salah satu produk turunan Financial Technology yaitu adanya mobile-banking (m-banking).²

Perkembangan m-banking terbilang paling cepat. Hal ini dikarenakan layanan m-banking mampu mempersembahkan berbagai macam kemudahan disetiap kebutuhan masyarakat yang menghadirkan layanan 24 jam melalui ponsel hanya dengan satu sentuhan, satu genggam, nasabah bisa mengakses langsung melalui telepon seluler atau handphone dengan menggunakan jaringan komunikasi data.³

¹ Muhammad Ngafifi “Kemajuan Teknologi Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya” Jurnal Pembangunan Pendidikan : Fondasi dan Aplikasi Volume 2, Nomor 1 (2014), 34

² Ridwan Muchlis “analisis SWOT Financial Teknologi (Fintech) Pembiayaan Perbankan Syariah di Indonesia (Studi Kasus 4 Bank Syariah di Kota Medan)” At-Twassuth. Vol.III, No. 2, (2018), 338.

³ Layaman dan Novi Andriyani “Analisis Penggunaan Teknologi Informasi Serta Dampaknya Pada

Davidow dan Uttal mengatakan bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan. Dalam hal ini pihak bank memberikan layanan secara maksimal kepada nasabah, dan kesiapan mengatasi permasalahan yang muncul secara profesional. Pelayanan yang baik akan menimbulkan kesan yang baik bagi nasabah, sehingga mereka akan seterusnya datang kembali untuk menjadikan rekan bisnis bank dengan baik. Pelayanan prima adalah segala upaya terbaik dan sempurna dari seseorang yang diwujudkan dalam bentuk memenuhi kebutuhan orang lain, sehingga orang tersebut merasa puas.⁴

Tabel 1.1
Pengguna e-Banking periode 2012-2016

Jenis	Tahun 2012	tahun 2016	Kenaikan
e-Banking	13,6 juta	50,4 juta	270%
Transaksi	150,8 juta	405,4 juta	169%

jumlah pengguna e-Banking (sms banking, Mobile Banking, dan internet banking) meningkat sebesar 270% dari 13,6 juta nasabah pada 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada 2016. Sementara frekuensi transaksi pengguna e-banking, meningkat 169% dari 150,8 juta transaksi pada 2012 menjadi 405,4 juta transaksi di 2016. Dengan data tersebut, maka setiap perbankan memerlukan sebuah inovasi berbasis digital yang melayani transaksi dengan hanya menggunakan smartphone.⁵

Perkembangan mobile banking di Indonesia begitu cepat tak lain hanya karena layanan mobile banking mampu menyesuaikan dengan kebutuhan nasabah di era moderen seperti sekarang. Saat ini masyarakat sangat dimudahkan dan dimanjakan dengan adanya teknologi, termasuk dengan transaksi yang hanya dengan menggunakan smartphone. Apalagi dalam situasi seperti masa pandemi ini, pemerintah mengharuskan kegiatan yang berada di luar rumah harus dilakukan di dalam rumah. Perbankan juga berlomba-lomba memberikan kemudahan transaksi yang bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Kepuasan Nasabah Bank Syari'ah Cirebon" Al-Amwal. Volume 9, No.1 (Tahun 2017), 43.

⁴ Ikatan Bankir Indonesia (IBI) dan LSPP, Mengelola Kualitas Layanan Perbankan (Jakarta Barat: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 75-76

⁵ Sikapi Uangmu OJK.go.id, OJK Terbitkan Panduan Digital Banking, di Akses dari <https://sikapiuangmu.OJK.go.id/ForntEnd/CMS/Article/348> pada tanggal 20 februari 2021

Di Indonesia mobile banking bukanlah hal yang asing lagi, karena telah menjadi bagian dari inovasi perbankan dalam mengikuti persaingan bisnis global. Oleh karena itu perbankan berusaha memberikan kepuasan pelayanan kepada para nasabahnya dengan memberikan fasilitas perbankan diantara berupa layanan mobile banking untuk melakukan transaksi atau bisnis serta mempertahankan nasabah agar terus menggunakan layanan atau jasa yang diberikan pihak bank. Selain itu penggunaan mobile banking dinilai menguntungkan bagi pihak bank dan juga nasabah, semua transaksi menjadi lebih praktis efektif dan efisien.⁶

Perbankan merupakan lembaga yang sangat penting bagi sistem perekonomian suatu negara dan sebagai alat pelaksanaan kebijakan moneter yang dilakukan oleh Bank Sentral. Berdasarkan Undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Saat ini bank tidak hanya memberikan pelayanan transaksi secara konvensional saja. Perbankan terus melakukan inovasi melalui teknologi yang dikembangkan dalam rangka efisiensi kinerja perusahaan. Bank juga menawarkan gaya hidup modern melalui kemudahan akses jasa perbankan melalui pelayanan electronic banking seperti short message service atau SMS-banking, mobile banking, dan internet banking yang dapat diakses melalui smartphone pribadi yang terhubung ke jaringan internet sebagai penghubung antara perangkat pelanggan dengan sistem bank.⁷

Layanan Mobile Banking sendiri merupakan salah satu bagian dari layanan electronic banking (e-banking) yang ditawarkan oleh perusahaan perbankan menggunakan perangkat telekomunikasi untuk menyampaikan nilai lebih dari produk simpanan tabungan nasabah. Ebanking pada dasarnya memiliki sejumlah layanan lain yaitu ATM (Automated Teller Machine), kartu debit, kartu kredit, internet banking, sms banking, call banking, dan phone banking. Untuk menggunakan layanan e-banking, khususnya mobile banking tersebut nasabah tentu saja harus memiliki perangkat telekomunikasi yang menunjang fasilitas mobile

⁶ Samsul Hadi dan Novi, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking, Jurnal Ekonomi Pembangunan 5.1 (2015)

⁷ Rosady Ruslan, Manajemen Public Relations & Media Komunikasi (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003). h. 262

banking dan juga rekening tabungan bank yang bersangkutan untuk menyimpan uang yang akan ditransaksikan. Manfaat menarik yang didapat dari keunikan layanan mobile banking ini diantaranya adalah kemudahan dalam melakukan berbagai macam transaksi tanpa harus menggunakan bantuan dari petugas bank, manfaat ini akan menarik nasabah untuk membuka akun pada bank yang bersangkutan.

Indonesia yang merupakan salah satu Negara dengan jumlah penduduk terbesar yakni sekitar 263.5106.184 juta jiwa menempati posisi ke 9 sebagai pengguna internet terbanyak di dunia pada juni 2019 dengan jumlah 132.700.000 pengguna. Data tersebut menunjukkan pertumbuhan Penggunaan internet di Indonesia setidaknya sekitar 10,12 persen dari tahun ke tahun. Dari hasil survei APJII di ketahui bahwa 64 persen penduduk Indonesia telah terhubung dengan internet (asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018). Keadaan itu tentunya membawa dampak multiplier yang berarti bahwa kemajuan teknologi informasi juga berpengaruh pada bidang lainnya seperti pada bidang perekonomian. Perbankan sebagai salah satu industry yang selalu mengedepankan kepuasan konsumen melalui totalitas pelayanan tentunya harus selalu aktif mengikuti perkembangan teknologi agar dapat memberikan layanan yang tepat untuk mempermudah transaksi nasabah. Adapun bentuk layana perbankan yang menggunakan teknologi misalnya, elektronik banking, yang meliputi mobile banking, internet banking sms banking dan lain-lain.⁸

Teknologi informasi memberikan dampak besar bagi kehidupan manusia. Perkembangan teknologi informasi dari waktu ke waktu yang semakin pesat ini juga berdampak ke dalam sektor bisnis tak terkecuali di sektor perbankan. Teknologi berperan sangat penting untuk memberikan pelayanan yang baik dan cepat pada nasabah atau konsumennya dalam hal pelayanan bisnis perbankan.⁹

Perkembangan information and communication technology (ICT) bagi dunia bisnis memudahkan berbagai transaksi perdagangan dapat dengan mudah dengan cyberspace melalui electronic transaction. Dewasa ini, bank telah

⁸ Alif Ainul Khatimah Sulmi, Murtiadi Awaluddin, Ilham Gani, Muslimin Kara, *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan layanan mobile banking* .IBEF jurnal vol.1 No.2.

⁹ Novera Dwi, "Pengaruh Pengetahuan, Risiko Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking", Skripsi, 2020.

memanfaatkan teknologi informasi dalam layanan perbankannya dengan meluncurkan media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi, yaitu mobile banking (m-banking). Layanan m-banking membuka kesempatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat handphone atau Personal Data Assistant. Mobile banking adalah fasilitas layanan dalam pemberian kemudahan akses maupun kecepatan dalam memperoleh informasi terkini dan transaksi finansial secara real time. Mobile banking dapat diakses oleh nasabah perorangan melalui ponsel yang memiliki teknologi GPRS.

Jika dilihat dari aktivitas finansial yang dilakukan, layanan mobile banking lebih banyak digunakan untuk mencari informasi. Bahkan, jumlah aktivitas pencarian informasi bisa tiga kali lipat dibandingkan dengan kegiatan transaksi. Hal ini dikarenakan karakter masyarakat Indonesia yang masih belum percaya akan transaksi menggunakan mobile banking, selain itu juga kepercayaan nasabah terhadap resiko keamanan dalam menggunakan mobile banking masih kurang sehingga menimbulkan kekhawatiran akan terkena penipuan masih tinggi. Ini salah satu sebab pertumbuhan layanan mobile banking cukup lambat[4]. Untuk mengetahui minat nasabah terhadap penggunaan mobile banking dalam melakukan transaksi maka dilakukan penelitian dengan menggunakan model penerimaan teknologi (Technology Acceptance Model) atau bisa disebut dengan model TAM dengan Usefulness.¹⁰

Berdasarkan UU No 10 Tahun 1998 Bank adalah salah satu lembaga bisnis yang bergerak dalam bidang jasa yang tugas utamanya adalah menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan kembali dalam bentuk kredit serta melayani kegiatan-kegiatan jasa lainnya yang berhubungan dengan keuangan. Bank sebagai salah satu lembaga bisnis telah menyempurnakan pelayanannya dari waktu ke waktu untuk menarik dana nasabah. Tidak terkecuali, peran teknologi informasi berdampak besar pada layanan perbankan sehingga membuat layanan perbankan makin optimal dalam melayani nasabah.¹¹

Perbankan melebarkan sayapnya dalam bidang teknologi informasi. Salah

¹⁰ Ibid., 78.

¹¹ Adi Prakosa dan Ahsan Sumantika, “ Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking” *e-Jurnal Manajemen* Vol. 9 No. 2, 2019,270.

satunya layanan jasa perbankan *online* atau yang lebih sering dikenal dengan sebutan *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan sebuah layanan produk perbankan yang diciptakan untuk memberikan kemudahan bagi para nasabahnya maupun pihak bank dalam proses transaksi perbankan. *Mobile banking* merupakan suatu perkembangan teknologi yang sangat menarik karena dapat melakukan transaksi secara langsung kapan saja, dimana saja dan dapat diakses selama 24 jam dengan menggunakan internet atau *mobile data* melalui *smartphone*. Selain menarik, *mobile banking* juga memiliki banyak keunggulan dan sangat mudah digunakan. Layanan ini meliputi cek saldo, cek sekaligus membayarkan tagihan kartu kredit, transfer uang, mutasi rekening tabungan, cek suku bunga, pembelian pulsa, pembayaran rekening listrik, telepon, air dan lain- lain.¹²

Mobile banking dapat dimanfaatkan oleh berbagai sektor salah satunya ada pada sektor perusahaan, sektor perdagangan, bahkan sektor pendidikan dan sektor organisasi. Sektor-sektor tersebut memanfaatkan *m-banking* untuk mempermudah dalam melakukan transaksi keuangan mereka. Dalam sebuah organisasi pasti memiliki sebuah anggaran keuangan. Suatu organisasi tersebut dapat memanfaatkan jasa layanan perbankan untuk mengelola roda *financial* mereka. Untuk mempermudah melakukan transaksi, sebuah organisasi juga dapat memanfaatkan *mobile banking* yang sudah disediakan pada layanan jasa perbankan tersebut.¹³

Pemanfaatan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna sistem informasi dalam melaksanakan tugasnya atau perilaku dalam menggunakan teknologi pada saat melakukan pekerjaan. Menurut Jogiyanto (2003), teknologi informasi adalah subsistem atau sistem bagian dari sistem informasi. Perkembangan zaman yang didukung dengan perkembangan teknologi, menyebabkan kebutuhan manusia terhadap informasi semakin kompleks, sehingga perusahaan harus memperhatikan kemajuan teknologi informasi dan lebih mengoptimalkan fasilitas teknologi informasi dalam rangka dapat bertahan dan menang dalam persaingan usaha di pasar global. Perkembangan teknologi saat ini

¹² Rizka Hastuti dan Aditya Wardhana, "Kualitas Layanan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri Terhadap Kepuasan Nasabah," *E- Proceeding of Management*, Vol. 5, No. 2 (2018), 2648

¹³ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013).

banyak memberikan kemudahan pada berbagai aspek kegiatan bisnis.

Kemajuan dan perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mempengaruhi industri perbankan, seperti halnya mobile banking merupakan salah satu wujud dari perkembangan teknologi tersebut. Perangkat komunikasi merupakan salah satu contoh dari perkembangan teknologi yang pada saat ini juga dimanfaatkan oleh sektor perbankan. Saat ini sudah banyak bank yang telah menyediakan akses mobile untuk mengetahui informasi keuangan. Kondisi tersebut merupakan salah satu perbaikan layanan terhadap nasabah, karena pada kenyataannya dalam melaksanakan transaksi perbankan setiap nasabah minimal membutuhkan waktu kurang lebih 10 menit berada dalam antrian. Hal tersebut akan cenderung berdampak merugikan bagi para nasabah jika waktu serta peluang bisnis mereka tersita hanya untuk bertransaksi di bank.¹⁴

Mobile banking merupakan layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa perlu datang ke bank atau ATM kecuali penarikan uang cash. Keunggulan mobile banking yaitu nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja tanpa dibatasi waktu. Layanan pada mobile banking meliputi : transaksi finansial, transaksi non finansial, transfer dana, cek saldo dan pembayaran tagihan yang dilakukan lewat telepon seluler.¹⁵

Telepon seluler merupakan sebuah sistem komunikasi yang sudah dipastikan pada masa sekarang ini dipakai sebagai alat komunikasi yang berguna bagi setiap orang. Dalam sistem perbankanyang memiliki akses M- banking, dimana setiap orang dapat dengan mudah memakai fasilitas seperti transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, informasi nilai tukar uang, pembayaran kartu kredit, tagihan telepon, tagihan listrik dan asuransi juga, dapat digunakan pembelian isi ulang pulsa. Dalam keunggulan dari m- banking tersebut, dikeluarkan aturan oleh Bank Indonesia mengenai pengelolaan dan manajemen resiko penyelenggaraan kegiatan internet banking (termasuk pada mobile banking)

¹⁴ Novera Dwi, "Pengaruh Pengetahuan, Risiko Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking", 3.

¹⁵ Armia Rizki Damayanti, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fitur Terhadap Minat Penggunaan Berkelanjutan Mobile Banking Bris Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Febi Iain Ponorogo", *Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo* (2021), 109.

berdasarkan peraturan Bank Indonesia No.5/8/PBI/2003 tentang penerapan manajemen resiko pada aktifitas pelayanan jasa bank melalui sistem internet.

Salah satu pendekatan yang digunakan untuk melihat kemudahan suatu teknologi adalah Technology Acceptance Model (TAM). Model TAM yang mengadaptasi model TRA (*Theory of Reasoned Action*) dikembangkan oleh Davis (1986) dalam Tirtana dan Sari (2014). Perbedaan mendasar antara TRA dan TAM adalah penempatan sikap dari TRA. TAM memperkenalkan dua variabel kunci, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan pengguna) yang memiliki relevansi untuk memprediksi sikap penerimaan pengguna terhadap teknologi (*Acceptance of IT*).

Dalam pelayanannya, pihak perbankan harus mengutamakan kualitas layanannya. Seperti penelitian Achmad Fandi yang menyebutkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.¹⁶ Penelitian lain juga menunjukkan bahwa kualitas *mobile banking* secara keseluruhan memperoleh hasil yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dalam hal ini *mobile banking* disediakan agar dapat diakses dengan mudah melalui smartphone tanpa harus datang ke kantor bank sehingga urusan keuangan jadi lebih efisien.¹⁷

Selain kualitas layanan, terdapat juga faktor eksternal yaitu pengaruh sosial yang mana hal tersebut dapat menjadi alasan seseorang menggunakan *m-banking*. Pengaruh sosial yang terjadi biasanya didominasi oleh lingkungan sekitar seperti kelompok acuan, peran, status dan keluarga. Pengaruh sosial baik secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi perilaku seseorang.¹⁸ Faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi minat beli atau minat dalam menggunakan *m-banking* kepada nasabah bank.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah satu mahasiswa program studi perbankan syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang sebagai pengguna *mobile banking*, mengatakan bahwa kualitas layanan *mobile*

¹⁶ Ahmad Fandi, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya", Jurnal Ekonomi Islam Vol. 2 No.3, 2019, Hal 116.

¹⁷ Ratnawaty Marginingsih, "Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile di Kota Depok)", Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol. 7 No. 1, April 2020, Hal 31.

¹⁸ Wardani, D. K., & Rumiyaun, R., "Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Kendaraan Bermotor, Dan Sistem Samsat Drive Thru Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor", Jurnal Akuntansi Vol. 5 No. 1, 2017, Hal 22.

banking sangat membantu dalam hal bertransaksi dengan cepat. Tetapi ada beberapa kekurangannya, salah satunya ketika sinyal internet pada smartphone kurang kuat maka akan sulit mengakses *mobile banking*. Bahkan kadang untuk *login* ke akun kita tidak bisa. Selain itu juga sering terjadi eror ketika melakukan *top up* atau pengisian saldo untuk aplikasi Dana.

Hasil wawancara lainnya dari nasabah BSI yang menggunakan *mobile banking*, menjelaskan bahwa merasa adanya kemudahan dalam menggunakan *mobile banking*. Adanya cara *login* yang sudah menggunakan sidik jari, sehingga tidak perlu memasukkan *username* dan *password* ketika *login*. Namun ada juga kekurangan yang dirasakan ketika membeli pulsa melalui *mobile banking* tidak semua nominal dapat dibeli. Misalnya ketika membeli pulsa untuk nomor telkomsel, kita dapat membeli dengan minimal pulsa 20.000. Untuk pulsa di bawah nominal tersebut tidak tersedia. Kemudian ketika selesai melakukan transaksi kita disarankan untuk *logout* atau keluar dari akun *mobile banking*, karena dikhawatirkan terjadi sesuatu yang tidak diinginkan. Tetapi hal ini sering terlupakan setelah melakukan masuk ke akun *mobile banking*.

Terdapat banyak bank yang memiliki fasilitas layanan *m-banking* diantaranya BRI, MANDIRI, BCA, CIMB NIAGA, BNI dan masih banyak bank yang memiliki fasilitas layanan serupa. Jumlah nasabah yang menggunakan *m-banking* pun naik turun. Pengguna internet dan *digital banking* melonjak karena beberapa faktor diantaranya faktor usia.

Hal tersebut didukung dengan adanya TOP Brand Awards, yang mana hal tersebut merupakan sebuah penghargaan yang diberikan terhadap merek atau produk perbankan atas dasar pilihan terbaik menurut konsumen yang menduduki predikat terbaik di Indonesia.

Tabel 2.1
TOP Brand Awards M-Banking

Brand	Tbi 2022	Tbi 2023	TOP
M-BCA	49.5%	44.5%	TOP
BRI	14.6%	17.0%	TOP
MANDIRI	17.8%	16.6%	TOP
BNI	11.4%	12.3%	TOP

BSI	61,50	60.10	TOP
CIMB NIAGA	3.3%	3.4%	TOP

Sumber : www.topbrand-award.com

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut dalam bentuk penelitian dengan judul Hal tersebut didukung dengan adanya TOP Brand Awards, yang mana hal tersebut merupakan sebuah penghargaan yang diberikan terhadap merek atau produk perbankan atas dasar pilihan terbaik menurut konsumen yang menduduki predikat terbaik di Indonesia.

Penulis tertarik untuk meneliti faktor apa yang mempengaruhi BSI *Mobile* mampu bersanding dengan brand bank konvensional, khususnya pada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut dalam bentuk penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* BSI PADA MAHASISWA PRODI PERBANKAN SYARIAH UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap minat mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang menggunakan *mobile banking* BSI?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang menggunakan *mobile banking* BSI.

2. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti sejenis untuk mengembangkan ilmu pengetahuan bagi perkembangan dan kemajuan dunia pendidikan khususnya dibidang perbankan dan *mobile banking*.

b. Manfaat Praktis

- a. Dapat menambah referensi studi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat dalam menggunakan *mobile banking*.
- b. Memberikan informasi agar lebih mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking*.

D. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan hasil penulisan yang terstruktur dan sesuai dengan kaidah penulisan, maka sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sub bab pada masing-masing bab yang merupakan bagian utama dalam penelitian sebagaimana berikut:

BAB I PENDAHULUAN terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA yang menguraikan tentang pokok-pokok teori yang melandasi permasalahan dalam penelitian. Teori mengenai *mobile banking*, kualitas layanan dan pengaruh sosial serta mengenai minat penggunaan *mobile banking*. Tinjauan pustaka yang berisi tentang penelitian-penelitian terdahulu yang relevan disajikan dalam bentuk tabel sebagai referensi bagi peneliti, kemudian mencantumkan kerangka penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN berisi tentang jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional , dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN berisi tentang pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan beserta analisisnya yang meliputi deskripsi data dan analisa data yang telah ditemukan pada bab sebelumnya sebagai interpretasi hasil analisis.

BAB V PENUTUP berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari analisis, keterbatasan penelitian dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Mobile Banking

1. Pengertian Mobile Banking

Mobile Banking muncul karena adanya tantangan terbesar pada persaingan dunia perbankan dalam bentuk revolusi digital yang disebut digital banking. *Digital banking* menurut Rajan dan Saranya ialah istilah generik dalam pengembangan layanan dan penyajian produk-produk perbankan melalui jaringan-jaringan elektronik.¹⁹

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan perbankan ini dapat diakses langsung melalui jaringan seluler/handphone GSM (Global for Mobile Communication) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang sudah disediakan oleh operator telepon seluler yang digunakan oleh nasabah melalui SMS (Short Message Service).²⁰

Dalam perkembangan zaman yang semakin pesat maka lingkungan semakin kompetitif. Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif perbankan menawarkan potensi bank yaitu dengan mobile banking guna mempertahankan dan memperoleh pelanggan (nasabah). Menurut Otoritas Jasa Keuangan, mobile Banking atau yang biasa disingkat dengan m-Banking, merupakan transaksi perbankan melalui media handphone baik dalam bentuk aplikasi m-Banking atau aplikasi bawaan operator seluler. Suatu yang ditawarkan melalui layanan inovatif oleh bank untuk penggunaan kegiatan transaksi perbankan melalui smartphone. Dengan adanya layanan mobile banking yang sebelumnya dilakukan secara manual dengan mengharuskan nasabah datang ke bank yang bersangkutan, kini nasabah dapat melakukan transaksi tanpa mendatangi bank hanya perlu menggunakan smartphone sehingga dapat menghemat waktu dan biaya. Mobile banking merupakan fasilitas yang ditawarkan bank untuk mengikuti perkembangan yang telah terjadi dengan tujuan untuk memberikan kemudahan kepada nasabah yang melakukan transaksi financial maupun non financial seperti cek saldo, transfer antar rekening pembayaran, melalui jaringan telekomunikasi. Dengan fasilitas yang mobile banking maka layanan perbankan dapat

¹⁹ Roberto Akyuwen, “*Lebih Mengenal Digital Banking Manfaat, Peluang dan Tantangan*”, (Yogyakarta, Pasca UGM, 2020), 38.

²⁰ Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: ANDI, 2011), hal. 67

diakses dengan mudah melalui ponsel tanpa batas ruang dan waktu. Dapat disimpulkan bahwa layanan mobile banking memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan layanan e-banking lainnya dan dengan adanya mobile banking diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi nasabah melalui smartphone dalam melakukan transaksi sehingga nasabah tidak perlu datang ke bank kecuali untuk transaksi pengambilan uang cash harus melalui mesin ATM.

Penggunaan layanan mobile banking pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan mobile banking diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.²¹

Minat memiliki pengaruh terhadap seseorang, kecil kemungkinan bisa seseorang yang tidak berminat akan menggunakan objek tersebut. Minat adalah gejala psikologis yang menunjukkan pemusatan perhatian terhadap suatu objek sebab ada penjelasan perasaan senang .

Banyak ahli telah memberikan definisi yang beragam tentang persepsi, walaupun pada prinsipnya mengandung makna yang sama. Persepsi merupakan respon dari berbagai aspek dan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan langsung dari sesuatu. Persepsi adalah suatu intepretasi dari hasil pancaindera dalam suatu objek melalui panca inderanya. Persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia. Sudut pandang dalam pengindraan menimbulkan perbedaan persepsi manusia. Mobile banking merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan handphone jenis apapun.²²

Perkembangan teknologi yang pesat dengan penemuan-penemuan baru untuk mempermudah aktivitas manusia telah menyebabkan perubahan pada pola hidup

²¹ Wahyu Agus Winarno, Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified), e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 2017, Volume IV (1) : 24-29

²² Wiji Nurastuti, Teknologi Perbankan, (Yogyarkarta: Graha Ilmu, 2011), hal.130

manusia di berbagai bidang, salah satunya adalah di bidang komunikasi. Indonesia, dengan presentase penggunaan mobile phone sebesar 109% , memiliki kemajuan pada kegiatan bisnis yang semakin mudah, efektif dan efisien karena didukung oleh akses internet dan fitur yang dapat dijangkau melalui mobile phone. Perkembangan teknologi tersebut kemudia dimanfaatkan oleh pihak perbankan untuk menyediakan sarana transaksi keuangan maupun non keuangan secara online melalui mobile phone, yaitu melalui layanan mobile banking. Mobile Banking (M-Banking) dapat dilakukan dengan mudah melalui menu SIM Card, atau dengan menggunakan SMS (Short Message Services), atau juga menggunakan menu aplikasi dengan jaringan internet.

Mobile banking adalah suatu fasilitas yang disediakan perbankan dengan cara mengaksesnya menggunakan koneksi internet dan tanpa biaya serta aplikasi dapat diunduh dengan sistem android atau IOS. Aplikasi mobile banking dapat nasabah instal melalui smartphone. Aktivitas layanan ini dapat dilakukan dengan langsung datang ke bank bertemu langsung dengan customer service atau langsung melalui aplikasi. Dalam melakukan transaksi keuangan, bank memfasilitasi nomor telepon yang dapat di hubungi nasabah.²³

Teori Technology Acceptance Model (TAM) merupakan adopsi dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*. Menurut Fred Davis pencetus dari teori tersebut, TAM merupakan pemanfaatan komputer oleh individu yang dipengaruhi oleh kemanfaatan (perceived usefulness) yaitu tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya dan kemudahan pemakaian (perceived easy of use) yaitu tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan sistem infomasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakaiannya.

Mobile banking adalah layanan perbankan yang memiliki daya tarik lebih dinasabahnya karena layanan ini dapat memudahkan nasabah dalam melakukan aktivitas transaksi keuangan serta mendapatkan informasi tentang rekeningnya hanya dengan menggunakan smartphone. 2 Menurut Riswandi pengertian m-banking merupakan suatu inovasi yang dipasarkan oleh suatu perbankan guna mempermudah nasabah melakukan transaksi perbankan melalui smartphone.²⁴

Model TAM berasumsi bahwa seseorang mengadopsi suatu teknologi pada

²³ Julius R. Latumerissa, Bank dan Lembaga Keuangan (Jakarta : Salemba Empat, 2011), 54.

²⁴ Budi Agus Riswandi, Aspek Hukum Internet Banking (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005), 83.

umumnya ditentukan oleh proses kognitif dan bertujuan untuk memaksimalkan kegunaan teknologi itu sendiri. Dengan kata lain, kunci utama penerimaan teknologi informasi oleh penggunanya adalah evaluasi kegunaan teknologi tersebut. Selanjutnya Davis merumuskan 2 (dua) variabel utama dalam TAM, yaitu persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan. Kedua variabel ini dapat menjelaskan aspek perilaku pengguna. Dengan demikian, model TAM dapat menjelaskan bahwa persepsi pengguna akan menentukan sikapnya dalam kemanfaatan penggunaan TI. Model ini secara lebih jelas menggambarkan bahwa penerimaan penggunaan TI dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan.²⁵

Dengan definisi dan indikator-indikator yang telah disebutkan sebelumnya, dapat diartikan bahwa kebermanfaatan dari penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan prestasi orang yang menggunakannya. Kebermanfaatan dalam teknologi informasi merupakan manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh para pengguna dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya. Oleh karena itu, tingkat kebermanfaatan teknologi informasi mempengaruhi sikap para pengguna dalam mengadopsi teknologi tersebut.

Melalui adanya aplikasi m-banking, transaksi keuangan dapat dilakukan secara manual tanpa harus berkunjung ke gerai bank yang tersedia. Penggunaan m-banking tidak hanya bertujuan sebagai bentuk penghematan waktu tetapi juga bentuk mengikuti perkembangan zaman. Penggunaan m-banking membuat suatu aktivitas menjadi efektif dimana nasabah tidak perlu mengantri di bank ataupun ATM dikarenakan bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun dengan jaringan internet secara mudah dan praktis.²⁶

Fitur-fitur layanan mobile banking antara lain layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat); dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya.

Kompetisi global yang semakin intensif menuntut setiap perusahaan agar mampu menciptakan dan mempertahankan kepuasan dan loyalitas nasabah. Bisnis

²⁵ Putu Ayu Mira Witriyanti Wida, Ni Nyoman Kerti Yasa, dan I Putu Gde Sukaatmadja. "Aplikasi Model TAM (Technology Acceptance Model) pada Perilaku Pengguna Instagram" *Jurnal Ilmu Manajemen*. (Vol 6, No 2 September 2016).

²⁶ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah (Modul Sertifikasi Tingkat I General Banking Syariah)* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), 134.

modern membutuhkan sistem penilaian kinerja yang komprehensif dan sistematis. Menurut Tjiptono (2012), kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika apa yang diberikan para perusahaan jasa memenuhi keinginan konsumen maka konsumen akan puas. Begitupun sebaliknya apabila keinginan konsumen tidak seperti apa yang mereka inginkan maka konsumen akan tidak puas.

Menurut Sulistiyarini *mobile banking* merupakan salah satu bagian dari *Electronic Commerce* yang merupakan layanan informasi perbankan melalui wireless paling baru yang ditawarkan pihak bank dengan menggunakan teknologi yang terdapat pada smartphone untuk mendukung kemudahan kegiatan perbankan menurut Pratiwi, dengan adanya layanan *mobile banking* maka memeriksa saldo rekening, memonitor jangka waktu deposito, mengecek status kredit serta pembayaran kartu kredit, pembayaran rekening listrik dan transaksi lainnya akan lebih mudah dilakukan. Layanan *mobile banking* merupakan jenis layanan yang fleksibel, karena bisa digunakan untuk melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja, mudah ditemukan, ramah lingkungan dan membuat perubahan.²⁷

Menurut Hutabarat bahwa *mobile banking* merupakan fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash, selain itu, menurut Matti la, bahwa *mobile banking* ialah bagian dari *electronic banking* yang menggunakan teknologi *mobile phone*.²⁸

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan sesuatu yang menyatakan individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja dari individu. Wibowo (2008) menjelaskan bahwa persepsi kebermanfaatan merupakan suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Sikap seseorang dalam

²⁷ Vany Yuni Astuti, "Pengaruh persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kebermanfaatan", *Skripsi*, 2020, 27

²⁸ *Ibid.*, 27.

menggunakan teknologi informasi diprediksikan, jika seseorang tersebut mempercayai bahwa teknologi informasi dapat memberikan manfaat terhadap pekerjaannya dan pencapaian prestasi kerjanya. Oleh karena itu, tingkat kemanfaatan teknologi informasi mempengaruhi sikap pengguna dalam menggunakan teknologi informasi tersebut.

Pesatnya kemajuan teknologi informasi (TI) sangat memberikan pengaruh pada dunia perbankan syariah untuk meningkatkan pelayanan kepada para nasabahnya. Salah satunya dengan memanfaatkan ebanking untuk memberikan pelayanan yang aman, nyaman dan efektif. E-banking sendiri merupakan fasilitas layanan yang diberikan oleh bank dengan memanfaatkan media elektronik untuk akses nasabah menggunakan produk dan jasa perbankan seperti menggunakan Personal Computer (PC), Anjungan Tunai Mandiri (ATM), telephone atau smartphone sebagai alternative delivery channel (pilihan saluran pengiriman) yang mungkin bisa memberikan nasabah bank mendapatkan informasi, berkomunikasi dan melakukan kegiatan transaksi perbankan. Adapun produk-produk ebanking seperti Automatic Teller Machine (ATM), Electronic Fund Transfer (EFT), Point of Sales (POS)/Electronic Data Capture (EDC), Phone Banking, Internet Banking dan Mobile Banking.²⁹

Berdasarkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 31, Bank adalah suatu lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan (Financial Intermediary) antara pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana (Surplus Unit) dengan pihak-pihak yang memerlukan dana (Deficit Unit), serta sebagai lembaga yang berfungsi memperlancar lalu lintas pembayaran. Setiap perbankan akan selalu berupaya menawarkan jasa yang paling terbaik untuk masyarakat. Terdapat beberapa jasa yang ditawarkan oleh perbankan yaitu jasa bisnis (kliring dan garansi), jasa keuangan (jasa setoran, transfer, bill payment dll), jasa kelembagaan (SPP online), jasa treasury (foreign exchange, money market, produk derivatif), dan jasa e-banking. Perkembangan e-banking dimulai dengan pelaksanaan transaksi keuangan melalui berbagai delivery channel antara lain Automatic Teller Machine (ATM), Electronic Data Capture (EDC), internet banking, Short Messaging Service (SMS) banking, phone banking, maupun mobile banking. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang mengarah kepada layanan perbankan digital, maka pihak perbankan

²⁹ Ikatan Bankir Indonesia, Memahami Supervisi Audit Intetrn Bank (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), 56.

melakukan orientasi penuh untuk kebutuhan nasabahnya dengan menggunakan teknologi digital melalui perangkat (device) dan aplikasi (software). Disisi lain, dengan adanya layanan perbankan digital dapat meminimalkan interaksi langsung yang berdampak pada penurunan jumlah transaksi yang dilakukan nasabah melalui kantor cabang. Hal tersebut menunjukkan adanya perubahan perilaku dan kebiasaan nasabah yang mulai mengarah kepada transaksi e-banking melalui perangkat digital yang memberikan kemudahan bagi nasabah.³⁰

Dalam perkembangan zaman yang semakin pesat maka lingkungan semakin kompetitif. Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif perbankan menawarkan potensi bank yaitu dengan mobile banking guna mempertahankan dan memperoleh pelanggan (nasabah). Menurut Otoritas Jasa Keuangan, mobile Banking atau yang biasa disingkat dengan m-Banking, merupakan transaksi perbankan melalui media handphone baik dalam bentuk aplikasi m-Banking atau aplikasi bawaan operator seluler. Suatu yang ditawarkan melalui layanan inovatif oleh bank untuk penggunaan kegiatan transaksi perbankan melalui smartpone. Dengan adanya layanan mobile banking yang sebelumnya dilakukan secara manual dengan mengharuskan nasabah datang ke bank yang bersangkutan, kini nasabah dapat melakukan transaksi tanpa mendatangi bank hanya perlu menggunakan smartpone sehingga dapat menghemat waktu dan biaya. Mobile banking merupakan fasilitas yang ditawarkan bank untuk mengikuti perkembangan yang telah terjadi dengan tujuan untuk memberikan kemudahan kepada nasabah yang melakukan transaksi financial maupun non financial seperti cek saldo, transfer antar rekening pembayaran, melalui jaringan telekomunikasi. Dengan fasilitas yang mobile banking maka layanan perbankan dapat diakses dengan mudah melalui ponsel tanpa batas ruang dan waktu. Dapat disimpulkan bahwa layanan mobile banking memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan layanan e-banking lainnya dan dengan adanya mobile banking diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi nasabah melalui smartpone dalam melakukan transaksi sehingga nasabah tidak perlu datang ke bank kecuali untuk transaksi pengambilan uang cash harus melalui mesin ATM.³¹

³⁰ Syiva Noer Faturrozhiah, *Analisis Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking di Bank Syariah KCP Pacitan*, Skripsi (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negri Ponorogo 2021)

³¹ Wafid Renaldi, *Pengaruh Kegunaan dan Kemudahan Terhadap Minat*

M-banking dapat mempermudah kehidupan seseorang karena dengan menggunakan telepon seluler pelanggan dapat menabung waktu dan biaya. Transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi dan mengantri di bank. *Mobile Banking* dapat diakses langsung melalui ponsel seperti SMS banking, namun memilih tingkat kecanggihan yang lebih tinggi. *Mobile Banking* tidak sama dengan SMS banking dan tetap berbeda dengan *internet banking*. *Mobile Banking* didasarkan pada pertukaran informasi bank dan pengguna melalui smartphone menggunakan aplikasi mobile³².

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang mengarah kepada layanan perbankan digital, maka pihak perbankan melakukan orientasi penuh untuk kebutuhan nasabahnya dengan menggunakan teknologi digital melalui perangkat (device) dan aplikasi (software). Disisi lain, dengan adanya layanan perbankan digital dapat meminimalkan interaksi langsung yang berdampak pada penurunan jumlah transaksi yang dilakukan nasabah melalui kantor cabang. Hal tersebut menunjukkan adanya perubahan perilaku dan kebiasaan nasabah yang mulai mengarah kepada transaksi e-banking melalui perangkat digital yang memberikan kemudahan bagi nasabah.

Menurut Liebana-Cabanillas Mobile payment (*banking*) didefinisikan sebagai segala jenis aktivitas pribadi maupun bisnis yang melibatkan alat elektronik yang tersambung dengan jaringan internet, yang mendukung berhasilnya suatu transaksi ekonomi. Di Indonesia, ada beberapa bank yang menyediakan layanan *mobile banking* antara lain BCA, Bank BRI, Mandiri, BNI, BII, Lippo Bank, Permata Bank, CIMB Niaga dan lainnya.³³

2. Fitur Layanan pada Mobile Banking

- a. Informasi (Info Saldo, Info Mutasi, Info Poin, Info Kartu Kredit BRI, Info Telkom, Info Telepon Seluler, Info Transfer, Info Tiket, Info Pendidikan, Info Cicilan, Info TV Berbayar, Info PDAM, INFO Briva, info DPLK BRI, Info Pinjaman dan Info Asuransi)

Menggunakan Layana Mobile Banking BNI Syariah dengan Kepercayaan sebagai variabel Mediasi, Skripsi (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syrif Hidayatullah Jakarta 2021)

³² Adhi Prakosa, Ahsan Sumantika, "Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking", *e-Jurnal Prakosa & Sumantika/ Jurnal Manajemen*, 273.

³³ *Ibid.* 273.

- b. Layanan transaksi
- c. Isi ulang (Pulsa, Brizzi, PLN, T-Bank, Go-Pay dan LinkAja)
- d. Pembayaran (PLN, Telkom, Kartu Kredit/KTA, Telepon Seluler, Tiket, Pendidikan, DPLK BRI, Zakat, Infaq/Kurban, Cicilan, TV Berbayar, PDAM, Briva, Pinjaman, Asuransi Dan Pegadaian)
- e. Pembelian (Mocash BRI dan Mocash pertamina LPG)
- f. Layanan nasabah (Ganti pPIN ,Enable Kartu ATM dan Disable Kartu ATM)³⁴

3. Cara Kerja *Mobile Banking*

Menggunakan *Mobile Banking* nasabah harus mendaftarkan diri terlebih dahulu ke bank untuk mendapatkan password. Nasabah dapat memanfaatkan layanan *Mobile Banking* dengan cara mengakses menu yang telah disediakan pada SIM Card atau aplikasi yang terinstal di ponsel. Apabila nasabah menggunakan *Mobile Banking* melalui menu yang tersedia pada SIM Card, nasabah dapat memilih menu sesuai kebutuhan kemudian nasabah akan diminta untuk menginputkan PIN SMS banking saat menjalankan transaksi.

Sedangkan apabila nasabah menggunakan *Mobile Banking* melalui aplikasi yang terinstal di ponsel, nasabah harus mengunduh dan menginstal aplikasi pada telepon seluler terlebih dahulu. Pada saat membuka aplikasi tersebut, nasabah harus memasukkan password untuk login, kemudian nasabah dapat memilih menu transaksi yang tersedia dan diminta memasukkan PIN atau sidik jari saat menjalankan transaksi.³⁵

Kelebihan dalam menggunakan aplikasi *Mobile Banking* adalah sebagai berikut:³⁶

- a. *Mobile Banking* menawarkan beberapa jasa yang cukup menarik
- b. Layanan *Mobile Banking* selain dapat menghemat biaya, juga dapat menghemat waktu
- c. Nasabah dapat mengakses bank dan jasa-jasanya kapanpun dan dimanapun.

Hal-hal yang dapat dilakukan untuk meminimalisir bahaya dalam penyalahgunaan *Mobile Banking* yaitu antara lain:

³⁴ Otoritas Jasa Keuangan, “*buku bijak ber-ebanking.*,” hlm 14

³⁵ *Ibid*, hlm 14–15.

³⁶ Ledesman, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*,” *Skripsi*, 2018, 54.

- a. Merahasiakan PIN dan tidak menyimpan pada di ponsel
- b. Menggunakan PIN yang tidak mudah ditebak
- c. Mengganti PIN secara berkala
- d. Senantiasa memperhatikan notifikasi e-mail dari bank

Mobile Banking dapat disalah gunakan jika ponsel nasabah digunakan oleh orang lain, baik itu karena dipinjamkan, dicuri atau hilang. Selain itu, ponsel mudah untuk disalah gunakan apabila setting pengamanan dalam ponsel tidak diaktifkan, seperti: password/passcode, auto-lock, patten-lock. Nasabah umumnya menyimpan informasi penting seperti PIN , user id, password, dan lain-lainnya dalam ponsel agar tidak lupa dan memudahkan dalam bertansaksi. Sebagai contoh, PIN SMS banking akan tersimpan pada *sent items* sehingga dapat diketahui dan disalah gunakan oleh orang lain.³⁷

4. Macam-Macam *Mobile Banking*

Mobile banking secara umum dapat digolongkan menjadi 3 golongan, yaitu:³⁸

- a. *Informational* (bersifat memberi informasi) Didalam sistem ini, hanya memuat informasi mengenai produk- produk dan layanan-layanan yang dimiliki oleh suatu bank.
- b. *Communicative* (bersifat komunikatif)

Tipe yang ini bersifat interaktif dibandingkan dengan tipe yang pertama. Pada tipe sistem ini, dimungkinkan terjadinya interaksi antara konsumen nasabah dengan sistem yang ada di bank. Interaksi itu dapat berupa informasi saldo, laporan transaksi, Risiko dalam sistem ini lebih besar dibandingkan dengan yang pertama. Hal ini dikarenakan adanya hubungan antara nasabah dengan bebarapa server di jaringan bank. Untuk itu diperlukan pengawasan dan penjagaan lebih di sistem ini, untuk mencegah penyusup maupun program-program yang dapat merusak sistem seperti virus, trojan, dan lain-lain.³⁹

- c. *Transactional* (dapat melakukan transaksi)

Tipe yang terakhir ialah tipe yang paling lengkap dibandingkan dengan tipe-tipe yang lain dan umumnya memuat dua tipe sebelumnya. Karena server ini memiliki jalur langsung ke server utama dan jaringan yang ada di bank, maka risiko yang

³⁷ Otoritas Jasa Keuangan, “*buku bijak ber-ebanking.*,” hlm 61

³⁸ Vany Yuni Astuti, “Pengaruh persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kebermanfaatan”, 28.

³⁹ Vany Yuni Astuti, “Pengaruh persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kebermanfaatan”, 29.

dimiliki sistem ini dapat meliputi akses langsung ke account di bank, seperti informasi saldo ataupun transaksi terakhir, pembayaran tagihan, transfer dana, sisi ulang pulsa dan lain-lain.

5. Minat Menggunakan Mobile Banking

Minat menggunakan *mobile banking* dapat didefinisikan sebagai keinginan atau rasa ketertarikan seseorang untuk lebih memperhatikan dan/atau menggunakan smartphone untuk mengakses layanan *mobile banking* yang ditawarkan pihak bank tanpa perlu berlama-lama mengantri di bank, dimana pun dan kapan pun.⁴⁰

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan.

Minat adalah kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Secara sederhana minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu tersebut dengan disertai dengan perasaan senang. Minat adalah kecenderungan seseorang yang tetap memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan.⁴¹

Berdasarkan pendapat dari Ikhwan Susila dan Fathurrachman, dalam jurnal Martin, minat konsumen adalah hasil dari evaluasi terhadap merek atau jasa. Tahapan terakhir dari proses tersebut adalah pengambilan keputusan secara kompleks termasuk menggunakan merek atau jasa yang diinginkan, mengevaluasi merek atau jasa tersebut pada saat digunakan dan menyimpan informasi untuk digunakan pada masa yang akan datang.

Minat berperilaku merupakan minat (keinginan) seseorang untuk melakukan sesuatu, seseorang dapat melakukan sesuatu apabila konteks penggunaan sistem informasi berlaku (*behavior*) merupakan pengguna sesungguhnya (*actual usage*) dari teknologi tersebut. Minat menggunakan *Mobile Banking* merupakan tindakan atau keinginan nasabah untuk menggunakan aplikasi *Mobile Banking* dengan bertujuan supaya nasabah merasa senang terhadap fasilitas yang ada pada menu aplikasi.

Adapun indikator dari minat menggunakan menurut Davis, adalah sebagai

⁴⁰ Dame Irianti Arua, "Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Dalam Menggunakan Mobile Banking", 13.

⁴¹ Ibid, hlm 34

berikut:

- a. Kepuasan setelah menggunakan *Mobile Banking*
- b. Merekomendasikan penggunaan *Mobile Banking*.⁴²

Indikator-indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel minat menggunakan *Mobile Banking* menurut Bhattacharjee yaitu:⁴³

- a. Keinginan menggunakan

Para pengguna layanan *Mobile Banking* akan memiliki keinginan untuk menggunakan layanan tersebut.

- b. Akan tetap menggunakan di masa depan

Apabila pengguna layanan *Mobile Banking* merasa puas terhadap layanannya maka nasabah akan memiliki keinginan untuk terus menerus menggunakan di masa yang akan datang.

B. Kualitas Layanan

1. Pengertian kualitas

Menurut Joseph Juran seperti yang dikutip oleh M.N.Nasution diartikan Kualitas atau mutu sebagai kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan kepuasan pelanggan atau kualitas sebagai kesesuaian terhadap spesifikasi.⁴⁴

Crosby mempersepsikan kualitas sebagai nihil cacat, kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan. Juran mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian terhadap spesifikasi, jika dilihat dari sudut pandang produsen. Sedangkan, secara obyektif kualitas menurut Juran adalah suatu standar khusus di mana kemampuannya (*availability*), kinerja (*performanc*), kendalannya (*reliability*), kemudahan pemeliharaan (*maintainability*) dan karakteristiknya dapat diukur.

Goetsch Davis membuat definisi kualitas yang lebih luas cakupannya, yaitu

⁴² Risky Aryandi, "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Risiko Transaksi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Menggunakan Mobile Banking," hlm 11.

⁴³ Ilham Basiran, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Studi Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Raden Fatah Palembang.," 2018, hlm 77.

⁴⁴ M. N. Nasution, Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management) (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2000) h.3

kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pendekatan yang digunakan Goetsch Davis ini menegaskan bahwa kualitas bukan hanya menekankan pada aspek hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas lingkungan. Sangatlah mustahil menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas tanpa melalui manusia dan proses yang berkualitas.

Menurut Gaspers mendefinisikan kualitas totalitas dari karakteristik suatu produk (barang dan atau jasa) yang menunjang kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dispesifikasikan. Kualitas seringkali diartikan sebagai segala sesuatu yang memuaskan pelanggan atau kesesuaian terhadap persyaratan atau kebutuhan. Perusahaan jasa dan pelayanan lebih menekankan pada kualitas proses, karena konsumen biasanya terlibat langsung dalam proses tersebut. Sedangkan perusahaan yang menghasilkan produk lebih menekankan pada hasil karena konsumen umumnya tidak terlibat secara langsung dalam prosesnya. Untuk itu diperlukan sistem manajemen kualitas yang dapat memberikan jaminan kepada pihak konsumen bahwa produk tersebut dihasilkan oleh proses yang berkualitas.⁴⁵

Menurut Nursya'bani Purnama menentukan kualitas produk harus dibedakan antara produk manufaktur atau barang (goods) dengan produk layanan (service) karena keduanya memiliki banyak perbedaan. Menyediakan produk layanan (jasa) berbeda dengan menghasilkan produk manufaktur dalam beberapa cara. Perbedaan tersebut memiliki implikasi penting dalam manajemen kualitas.

Dimensi kualitas yang dikemukakan oleh Zeithaml, Berry dan Parasuraman tersebut berpengaruh pada harapan pelanggan dan kenyataan yang mereka terima. Jika kenyataannya pelanggan menerima pelayanan melebihi harapannya, maka pelanggan akan mengatakan pelayanannya berkualitas dan jika kenyataannya pelanggan menerima pelayanan kurang atau sama dari harapannya, maka pelanggan akan mengatakan pelayanannya tidak berkualitas atau tidak memuaskan.⁴⁶

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen. Dari definisi tersebut memberi indikasi bahwa tiap perusahaan harus mampu berkompetisi menciptakan barang atau jasa sesuai permintaan atau harapan

⁴⁵ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Edisi ke-2 (yogyakarta : Offset, 2010) h.243

⁴⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 264.

konsumen. Pelanggan atau nasabah adalah orang atau pihak yang dilayani kebutuhannya, sehingga siapa saja bisa menjadi pelanggan tergantung pada situasinya. Nasabah merupakan subyek yang dinamis yang sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dalam dirinya maupun faktor eksternal diluar dirinya. Respon dan tindakan nasabah timbul oleh persepsi dan harapan terhadap rangsangan baik dari dalam maupun dari luar dirinya untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan.

Menurut W. Edward Deming seperti yang dikutip oleh M.N.Nasution menyatakan bahwa kualitas adalah kesesuaian kebutuhan pasar atau apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas layanan sebagai kemampuan merencanakan, menciptakan, dan menyerahkan produk yang bermanfaat luas biasa bagi pelanggan.⁴⁷

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah.³⁶ Menurut Lewis dan Booms yang dikutip oleh Tjiptono, kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi nasabah. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sesuai dengan ekspektasi nasabah.

Menurut Rianto, kualitas layanan (*service quality*) adalah perbandingan layanan antara kenyataan dan harapan nasabah, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu dan nasabah akan kecewa atau tidak puas.

Kualitas layanan merupakan kunci dan faktor yang sangat penting dalam strategi bisnis karena terbukti dapat meningkatkan profitabilitas, sehingga dapat menjadi alat untuk keunggulan bersaing. Kualitas layanan yang baik dapat menciptakan pembelian berulang, *positive word of mouth*, loyalitas pelanggan, dan diferensiasi produk yang kompetitif

Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas Kualitas Pelayanan

⁴⁷ *Ibid*, 114.

yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya Kepuasan Pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara Perusahaan dan Pelanggan menjadi harmonis, Pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas Pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan Perusahaan. Menurut Arianto kualitas Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller “kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan”.⁴⁸

Kualitas Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh konsumen. Pengukuran Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari terhadap suatu layanan yang telah diterima oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harapannya.

Kualitas Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Aplikasi kualitas Kualitas Pelayanan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian dari strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar maupun strategi untuk terus tumbuh. Faktor penyebab buruknya kualitas Kualitas Pelayanan menurut Fandy Tjiptono.

2. Pengertian Layanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Layanan diartikan sebagai kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Layanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lainnya atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.⁴⁹

kualitas Kualitas Pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan

⁴⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran (Jakarta: Erlangga, 2009), 144.

⁴⁹ Fitroh Abdul Malik “Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada PT.Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati Jakarta Selatan)” ,Skripsi Universitas Muhamadiyah Jakarta,40.

seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Sedangkan menurut Aria dan Atik (2018:16) kualitas Pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan Kualitas Pelayanan prima. Kualitas Pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas Pelayanan yang diberikan dengan baik.

Menurut kotler definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku konsumen produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.⁵⁰

3. Kualitas Layanan Dalam Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik harus memberikan pelayanan yang baik, jangan memberikan pelayanan yang buruk kepada orang lain. Seperti dalam QS. Al-Baqarah [2] :267

اَكْسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِّنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيهِ إِلَّا أَنْ تُعْمِضُوا فِيهِ
أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Terjemahannya:

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.”⁵¹

Pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Namun, pelayanan berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaian akan dimengerti nasabah.

⁵⁰ Rizki Pangesti, “Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan dan Teknologi Informasi Terhadap Minat Nasabah (Studi Kasus pada Bank BNI Syariah Yogyakarta), Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Sunan Kalijaga, 45

⁵¹ Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahannya

4. Dimensi Kualitas Pelayanan

Setelah dipahami definisi kualitas, maka harus diketahui apa saja yang termasuk dalam dimensi kualitas. Dimensi kualitas menurut Garvin mengidentifikasi delapan dimensi kualitas yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas barang, yaitu sebagai berikut.⁵²

- a) *Efficiency*, yaitu kemampuan pelanggan untuk mengakses website, mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut, dan meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal.
- b) Keistimewaan (*features*) merupakan aspek kedua dari performansi yang menambahkan fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.
- c) Keandalan (*reliability*) berkaitan dengan kemungkinan suatu produk berfungsi secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu.
- d) Konformansi (*conformance*) berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.
- e) Daya tahan (*durability*) merupakan ukuran masa pakai suatu produk.
- f) Kemampuan pelayanan (*service ability*) merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan/kesopanan, kompetensi, kemudahan, serta akurasi dalam perbaikan.
- g) Estetika (*aesthetics*) merupakan karakteristik mengenai keindahan yang bersifat subjektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi atau pilihan individual.
- h) Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) bersifat subjektif, berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengkonsumsi produk, seperti meningkatkan harga diri.

Menurut Berry dan Parasuman dikutip Donni berdasarkan kedelapan dimensi tersebut mempunyai lima kelompok karakteristik yang digunakan oleh pelanggan dalam mengevaluasi kualitas yaitu sebagai berikut.⁵³

⁵² Fitroh Abdul Malik “Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada PT.Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati Jakarta Selatan)” ,Skripsi Universitas Muhammadiyah Jakarta,40.

⁵³ Fitroh Abdul Malik “Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada PT.Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati Jakarta Selatan)” ,Skripsi Universitas Muhammadiyah Jakarta,40.

- a) Keandalan (*reliability*) yakni kemampuan memberikan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Dimensi ini sering dianggap paling penting bagi pelanggan dari berbagai industri jasa.
- b) Daya tanggap (*responsiveness*) yakni respon atau kesigapan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
- c) Jaminan (*assurance*) didefinisikan sebagai kemampuan dalam menyampaikan kepercayaan dan keyakinan hal ini meliputi keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
- d) Empati, yakni perhatian secara individu yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan.
- e) Bukti langsung (*Tangibles*) didefinisikan sebagai penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, personil dan bahan komunikasi. Pada aplikasi, tangible ini diterjemahkan sebagai keberwujudan dari tampilan aplikasi *mobile banking*.

5. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman di kutip oleh Tjiptono terdapat faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan staffnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.⁵⁴Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen.Sekarang ini menurut Brata pelanggan semakin pintar dan sangat kritis, sehingga perusahaan sebagai pelaku bisnis harus mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan para pelanggan. Sedikit saja penyimpangan, misalnya pelayanan yang tidak sesuai dengan yang diharapkan, para pelanggan akan

⁵⁴ Fandi Achmad, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya", *e-jurnal Ekonomi Islam* Vol.2 No.3,(2019),112.

menilai jelek perusahaan tersebut.⁵⁵

C. Minat

1. Pengertian minat

Minat menurut Sumardi Suryabrata suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau suatu aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal yang diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka semakin besar minatnya.⁵⁶

Minat mempunyai hubungan yang erat dengan dorongan dalam diri individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi atau pada suatu yang diminatinya. Menurut Kamus Besar Indonesia (KBBI), minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan.⁵⁷

Minat dapat didefinisikan dengan kecenderungan untuk melakukan respon dengan cara tertentu disekitarnya. Minat dapat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri. Sehingga apa yang telah dilihat seseorang tersebut tentu akan membangkitkan minat seseorang sejauh apa yang telah dilihatnya dan mempunyai hubungan dengan kepentingannya sendiri.

Menurut De Vesta dan Thompson (1970) dari teori belajar sosial mengutip pendapat Bandura dan Kupers menyatakan: Bahwa minat terbentuk melalui identifikasi. Prosesnya bermula sejak individu mencari perhatian dari orang yang disukainya, seperti orang tua, guru, dan lain sebagainya. Sebagai konsekuensinya ia berusaha untuk menjadi seperti mereka. Pada tahap peniruan ini sering individu mempelajari inti peran baru hanya dengan sedikit usaha. Keberhasilan peran tiruan tersebut akan menjadi faktor yang mempengaruhi berkembagnya minat terhadap peran

⁵⁵ Fauzia Lestari, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Banking", 26

⁵⁶ Novera Dwi, "Pengaruh Pengetahuan, Risiko Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking", *Skripsi*, 14.

⁵⁷ ² Kartika Sari, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Pegawai Menggunakan Mobile Banking Pada Pegawai Kantor Pelayanan dan Pengawasan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean C Manado", *Skripsi*, 2020, 25

baru yang berbeda dari peran sebelumnya.

Menurut Slameto, “minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri”.

Kartini Kartono menjelaskan bahwa, “minat adalah momen dari kecenderungan yang terarah secara intensif kepada satu obyek yang dianggap penting. Minat erat kaitannya dengan kepribadian, dan selalu mengandung unsur afektif atau perasaan, kognitif dan kemauan”.

Pengertian minat menurut Winkel dalam buku Psikologi Pengajaran mendefinisikan, “minat adalah kecenderungan subyek yang menetap untuk merasa tertarik pada suatu bidang studi atau pokok bahasan tertentu dan merasa senang mempelajari materi”.

Menurut Sardiman, “minat adalah suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri”.

Menurut Ahmad Susanto, “minat merupakan dorongan dari dalam diri seseorang atau faktor yang menimbulkan ketertarikan atau perhatian secara efektif, yang menyebabkan dipilihnya suatu obyek atau kegiatan yang menguntungkan, menyenangkan dan lama kelamaan akan mendatangkan kepuasan dalam dirinya”.

Menurut Jogiyanto minat perilaku (*behavioral intention*) adalah keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu³. Artinya bahwa minat seseorang untuk melakukan sesuatu dapat diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukannya perilaku tersebut. Adapun beberapa pengertian minat menurut para ahli,⁵⁸ yaitu:

- a. Menurut Davis et al. menyebutkan bahwa minat perilaku didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Minat perilaku adalah keinginan untuk melakukan perilaku.
- b. Menurut Kotler bahwa minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima

⁵⁸ Ratna Asri Saras Sati, M. Ramaditya, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E- Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)”, *e-Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 2019/2020,11.

rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut.

- c. Menurut Ajzen minat adalah suatu keadaan dalam diri seseorang pada dimensi kemungkinan subyektif yang meliputi hubungan antara orang itu sendiri dengan beberapa tindakan.
- d. Menurut Syah secara sederhana, minat (*interest*) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Istilah minat merupakan terminologi aspek kepribadian untuk menggambarkan adanya kemauan, dorongan (*force*) yang timbul dari dalam diri individu untuk memilih objek lain yang sejenis.
- e. Menurut Ferdinand minat beli dapat diidentifikasi melalui dimensi yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat transaksional.

2. Faktor faktor yang Mempengaruhi Minat

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah faktor yang bersumber pada diri sendiri, tidak mempunyai tujuan yang jelas, ada atau tidaknya manfaat suatu hal yang dipelajari bagi individu. Ada beberapa aspek yang terdapat dalam minat yaitu meliputi⁵⁹:

- a. Ketertarikan: dalam hal ini ketertarikan menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.
- b. Keinginan: ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk memiliki.
- c. Keyakinan: ditunjukkan dengan adanya rasa percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan.

3. Indikator Minat

Indikator minat menurut Donni Priansa, dapat diukur dengan berbagai indikator⁶⁰. Secara umum indikator tersebut berkenaan dengan empat dimensi pokok yaitu:

- a. Minat Transaksional atau Keinginan Menggunakan

Minat transaksional atau keinginan menggunakan yaitu kecenderungan konsumen untuk selalu membeli produk yang dihasilkan perusahaan, yang didasarkan atas kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan

⁵⁹ Kartika Sari, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Pegawai Menggunakan Mobile Banking Pada Pegawai Kantor Pelayanan dan Pengawasan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean C Manado", 26

⁶⁰ Novera Dwi, "Pengaruh Pengetahuan, Risiko Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking", 18.

tersebut.

b. Minat Referensial atau Keinginan Merekomendasikan

Minat referensial merupakan kecenderungan konsumen untuk mereferensikan produknya kepada orang lain. Minat tersebut muncul setelah konsumen memiliki pengalaman dan pengetahuan informasi tentang produk tersebut.

c. Minat Eksploratif atau Berminat Menggunakan

Merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

E. Kerangka Penelitian

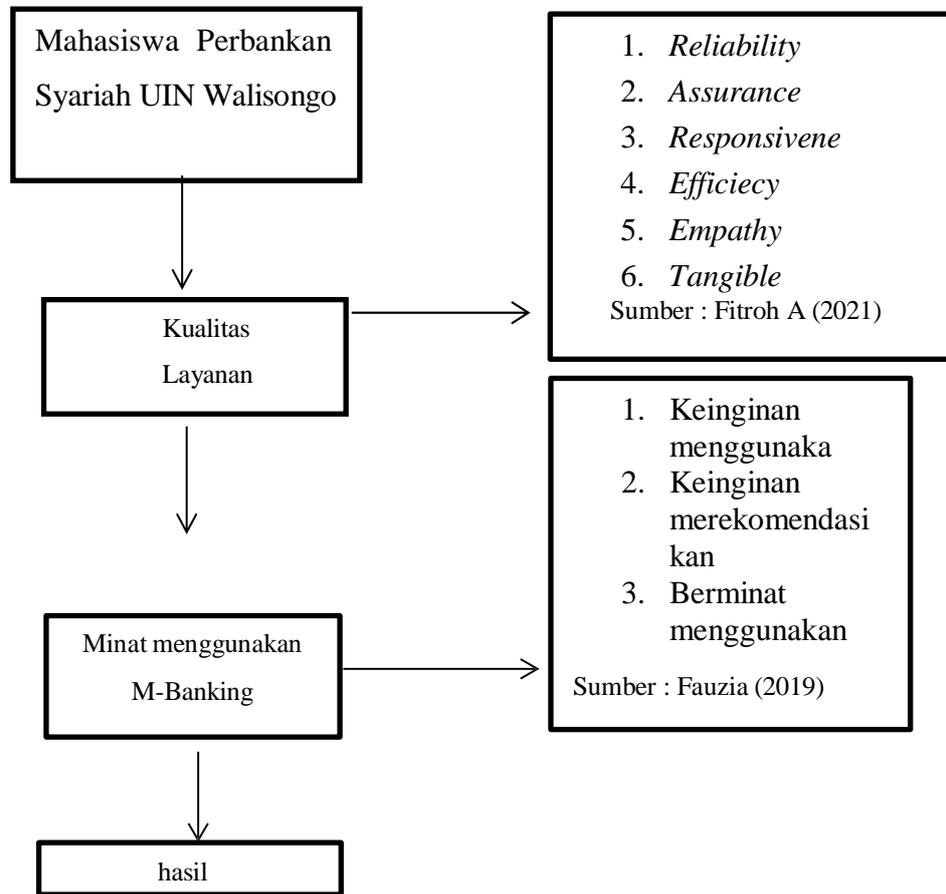
Kerangka penelitian adalah skema sederhana yang menggambarkan seluruh kegiatan penelitian secara keseluruhan, dari perencanaan, pelaksanaan sampai dengan penyelesaiannya dalam satu kesatuan yang utuh yang berguna untuk acuan agar penelitian yang digunakan dapat terperinci dan terarah sehingga mempermudah dalam memahami inti pemikiran peneliti.⁶¹

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh hubungan antara variabel bebas yaitu kualitas layanan dengan dimensi *Reliability*, *Assurance*, *Responsiveness*, *Efficiency*, *Empathy*, *Tangible*, terhadap variabel terikat yaitu minat menggunakan *Mobile Banking* dengan indikator keinginan menggunakan dan berminat merekomendasikan.

Adapun kerangka pemikiran penelitian ini digambarkan pada model berikut ini:

⁶¹ Juliansyah, Noor, “*Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi Dan Karya Ilmiah*” (Jakarta: Kencana, 2017), 38.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Kerangka Pemikiran



F. Hipotesis

Sugiyono berpendapat bahwa yang dimaksud hipotesis adalah sebagai berikut: "Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data." Berdasarkan hubungan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* dan berdasarkan penelitian relevan di atas hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_{a1} : Ada pengaruh antara variabel Kualitas Layanan terhadap variabel Minat Menggunakan

H₀₁ : Tidak ada pengaruh antara variabel Kualitas Layanan terhadap variabel Minat Menggunakan

G. Penelitian Relevan

Tabel 1.1
Penelitian Relevan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Dan Kesimpulan
1	Isroul Khusna (2020)	PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus pada PT.Bank Rakyat Indonesia Syariah KC Manado-Tendean)	Variabel X dan Y sama-sama menganalisis kualitas layanan dan kepuasan nasabah serta minat menggunakan serupa.	Objek penelitian hanya lingkup mahasiswa sedangkan penelitian Isroul nasabah BRI	variabel independen (Kualitas Layanan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Kepuasan Nasabah) di PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KC. Manado.

2	Armia Rizki Damayanti (2021)	PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN FITUR TERHADAP MINAT PENGGUNAAN BERKELANJUTAN MOBILE BANKING BRIS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MAHASISWA FEBI IAIN PONOROGO	Variabel X dan Y sama	Adanya varabel interving pada penelitian ini	secara parsial, kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan berkelanjutan <i>mobile banking</i> BRIS. Secara simultan, kualitas layanan dan fitur berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> BRI
3	Anggita Virgianti (2020)	PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING	Variabel X sama menganalisis kualitas	Terdapat 2 variabel Y	secara simultan diketahui bahwa kepuasan nasabah dan layanan <i>m-</i>

		<p>TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH DI BRI SYARIAH KCP AJIBARANG</p>	<p>layanan</p>	<p><i>banking</i> <i>(Reliability,</i> <i>Assurance,</i> <i>Responsivennes,</i> <i>Efficiency,</i> <i>Empathy,</i> <i>Tangible)</i></p> <p>berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah. Hasil pengujian pengaruh secara parsial <i>(Reliability,</i> <i>Assurance,</i> <i>Responsivennes,</i> <i>Efficiency,</i> <i>Empathy,</i> <i>Tangible</i> dan Kepuasan Nasabah) tidak signifikan terhadap loyalitas.</p>
--	--	---	----------------	--

4	Ahmad Fandi (2019)	PENGARUH KUALITAS LAYANAN	Variabel X sama menganalisis	Objek penelitian nasabah	adanya pengaruh kualitas layanan terhadap minat
---	--------------------	---------------------------	------------------------------	--------------------------	---

		TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING PT BANK SYARIAH MANDIRI SURABAYA	kualitas layanan	umum Bank syariah	nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> PT Bank Syariah Mandiri Surabaya.
5	Marthauli. R. Elly Mirati. Rahmanita Vidyasari (2020)	PENGARUH KETERSEDIAAN FITUR LAYANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN BCA MOBILE DI WILAYAH JABODETABEK	Variabel X dan Y sama. Sama-sama menganalisis kualitas layanan dan minat nasabah	Objek penelitian khusus nasabah BCA	variabel ketersediaan fitur layanan dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan BCA Mobile di wilayah Jabodetabek. Seluruh variabel bebas yaitu, ketersediaan fitur layanan dan kualitas pelayanan mempunyai

					kontribusi secara bersama-sama sebesar 49,2% terhadap minat nasabah dalam menggunakan BCA Mobile di wilayah Jabodetabek.
--	--	--	--	--	--

Sumber : Penelitian Beberapa Sumber

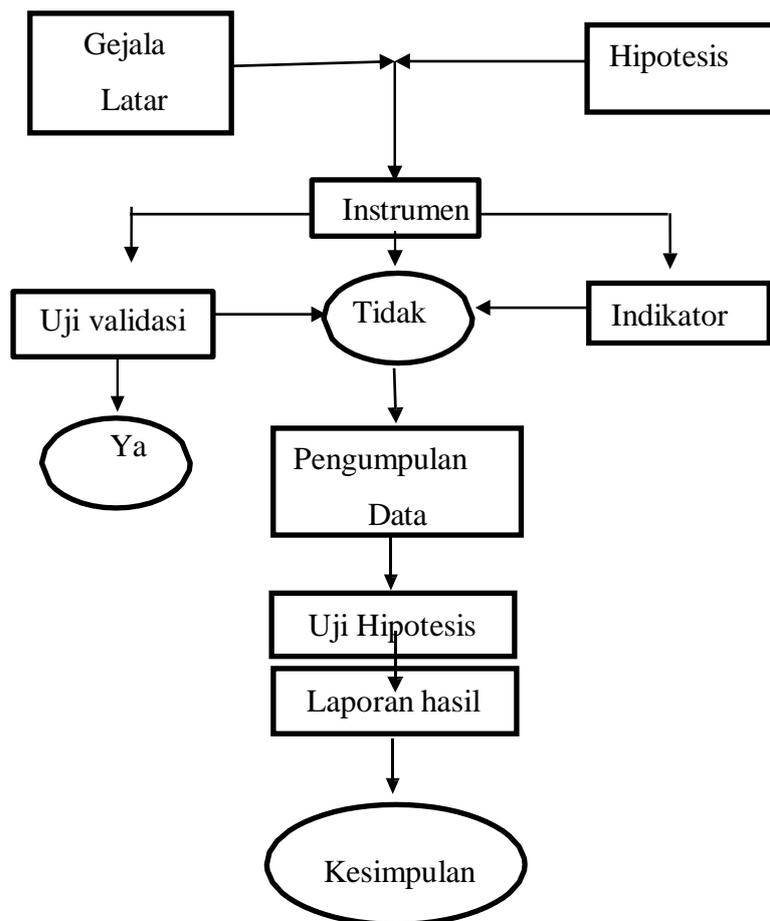
BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif yaitu penelitian dengan memperoleh data dalam bentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan⁶² dengan proses pemecahan masalah yang sistematis yang menggambarkan suatu penelitian sesuai dengan kenyataan tanda adanya subjektivitas. Pendekatan penelitian ini ialah penelitian dengan survey karena penelitian ini mengumpulkan informasi dari sampel satu populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data pokok.⁶³

Gambar 3.1
Alur Rancangan Penelitian



⁶² Sugiono, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung, Alfabeta, 2014), h.5

⁶³ Juliansyah, Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi Dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana, 2017), 38.

Berdasarkan pada Gambar 3.1 dijelaskan bahwa alur rancangan dari penelitian ini ialah pertama peneliti melakukan identifikasi masalah dan menentukan hipotesis atau dugaan pada penelitian. Selanjutnya menyusun instrumen dengan menentukan indikator setiap variabel dan diuji valid atau tidaknya dari kuisioner setiap indikatornya. Kemudian pengumpulan data dan dilakukan olah data dengan uji hipotesis menggunakan aplikasi statistik SPSS versi 25 dan hasilnya disimpulkan oleh peneliti.

B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel pada penelitian ini dibedakan menjadi dua macam yaitu:

- a. Variabel bebas (*independent variabel*) adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain.⁶⁴ Variabel bebas pada penelitian ini yaitu kualitas layanan.
- b. Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi oleh faktor lain⁶⁵. Adapun variabel terikat pada penelitian ini yaitu minat menggunakan *mobile banking*.

2. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel yaitu suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan, maka variabel pada penelitian ini harus didefinisikan.⁶⁶

Definisi operasional variabel adalah definisi yang berdasarkan atas sifat- sifat hal yang didefinisikan dengan mengamati dan mengobservasi serta dapat diukur.⁶⁷ Berdasarkan hal itu definisi operasional variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Kualitas layanan merupakan suatu kemampuan, merencanakan, menciptakan dan menyerahkan suatu produk yang bermanfaat bagi pelanggan. Daftar

⁶⁴ Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, 49

⁶⁵ *Ibid.*

⁶⁶ Agung Widhi Kurniawan, , *Metode Penelitian Kuantitatif*, 90.

⁶⁷ *Ibid.*, 91.

pernyataan kuisioner dari variabel ini di modifikasi sumber dari penelitian Fitroh Abdul Malik pada tahun 2021 yang berjudul Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Nasabah.⁶⁸

2. Minat Menggunakan *Mobile Banking*, Minat menggunakan *mobile banking* dapat didefinisikan sebagai keinginan atau rasa ketertarikan seseorang untuk lebih memperhatikan dan/atau menggunakan smartphone untuk mengakses layanan mobile banking yang ditawarkan pihak bank tanpa perlu berlama-lama mengantri di bank, dimana pun dan kapan pun. Daftar pernyataan kuisioner dari variabel ini di modifikasi sumber dari Rizki Pangesti pada tahun 2018 yang berjudul Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*.⁶⁹

C. Populasi , Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan subjek atau sasaran penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh populasi mahasiswa aktif jurusan Perbankan UIN Walisongo Semarang.

2. Sampel dan Pengambilan Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah atau ukuran dan karakteristik yang dimiliki populasi.⁷⁰ Objek dalam penelitian ini merupakan mahasiswa perbankan syariah UIN Walisongo Semarang yang menggunakan mobile banking, yang di ambil dengan cara acak atau random. *Simple random sampling* dikatakan sederhana (*simple*) dikarenakan pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Maka dalam penelitian ini mengambil sampel mahasiswa sejumlah 33 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data

⁶⁸ Fitroh Abdul Malik “Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada PT.Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati Jakarta Selatan)” ,Skripsi Universitas Muhamadiyah Jakarta,40

⁶⁹ Rizki Pangesti, “Penagruh Persepsi Risiko,Kepercayaan dan Teknologi Informasi Terhadap Minat Nasabah (Studi Kasus pada Bank BNI Syariah Yogyakarta), SkripsiJurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Sunan Kalijaga, 45

⁷⁰ Agung Widhi Kurniawan, Zarah Puspitaningtyas, “Metode Penelitian Kuantitatif”, 67.

menggunakan kuisisioner atau angket, wawancara dan dokumentasi.

1. Kuisisioner atau Angket

Angket adalah suatu teknik pengumpulan data secara tidak bertanya jawab langsung dengan responden yang di dalamnya terdapat beberapa macam pertanyaan tentang masalah penelitian yang hendak dipecahkan, disusun dan disebarkan ke responden untuk memperoleh informasi di lapangan. Kuisisioner dibagi menjadi dua jenis yaitu kuisisioner terbuka dan kuisisioner tertutup. Peneliti akan menggunakan kuisisioner tertutup, yaitu kuisisioner yang berisikan pernyataan-pernyataan yang dibatasi oleh beberapa pernyataan yang disebar secara online dan dibatasi oleh beberapa jawaban alternatif dan diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 25.

2. Dokumentasi

Peneliti menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan foto kegiatan saat di lapangan.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat ukur variabel yang dipakai dalam penelitian agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, cermat, lengkap dan sistematis, sehingga lebih mudah diolah.⁷¹ Maka pada penelitian ini diperlukan dua instrument, yaitu instrument untuk mengukur pengaruh kualitas layanan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

1. Rancangan atau kisi-kisi instrumen

Pada penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner dengan skala likert. Skala Likert hanya menggunakan item yang secara pasti baik dan secara pasti buruk dengan ukuran ordinal.⁷² Pernyataan baik atau positif berupa skor 5, 4, 3, 2, dan 1, sedangkan pernyataan buruk atau negatif berupa skor 1, 2, 3, 4, dan 5. Bentuk jawaban skala likert untuk variabel kualitas layanan dan minat terdiri dari sangat setuju (5), setuju (4), cukup setuju (3), tidak setuju (2) dan sangat tidak setuju (1).

⁷¹ Muhammad Dwi Ardika, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko", 88

⁷² Hardani, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 407.

Tabel 3.1

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan UIN WALISONGO SEMARANG

Variable	Dimensi	Indikator
Variable bebas (<i>independen</i>) Kualitas Layanan	<i>Reliability</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah Dan Tepat 2. Aksesnya Cepat 3. Dapat Menggunakan Dimanapun 4. Dapat Digunakan 24 Jam 5. Transaksi Tepat Waktu 6. Tidak Perlu Mengantre 7. Sesuai Yang Dijanjikan
	<i>Assurance</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aman Dan Dijaga Kerahasiaanya 2. Adanya Contact Center
	<i>Responsiveness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keluhan Ditanggapi Cepat 2. Mutasi Cepat
	<i>Efficiency</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses Cepat 2. Proses Login Cepat
	<i>Emphaty</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan Transaksi Yang Dibutuhkan 2. Mudah Dihubungi
	<i>Tangible</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tampilan Jelas, Menarik dan Inovatif 2. Animasi, Grafik Tidak Memperlambat Proses
Variabel Tidak Bebas (<i>Dependen</i>)		<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan Menggunaka 2. Keinginan Merekomendasikan

Minat		3. Berminat Menggunakan dimasa mendatang
-------	--	--

Sumber: diolah dari penelitian terdahulu

Semua indikator pada daftar pernyataan kuisioner dari variabel kualitas layanan di modifikasi sumber penelitian dari penelitian Fitroh Abdul Malik pada tahun 2021 yang berjudul Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Nasabah⁷³ dan semua indikator yang ada pada variabel Minat di modifikasi sumber dari Rizki Pangesti pada tahun 2018 yang berjudul Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*.⁷⁴

2. Penguji instrument

a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah uji yang dilakukan dengan tujuan mengetahui keabsahan/ketepatan/kecermatan atau valid tidaknya suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti.⁷⁵ Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik yaitu menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan metode *Product Moment Pearson Correlation*. Berikut ini adalah kriteria pengujian validitas:

- 1) Jika r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut valid pada signifikansi 0,05 (5%). Jika r_{hitung} negatif dan $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.
- 2) r_{hitung} dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur

⁷³ Dame Irianti Arua, "Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Dalam Menggunakan Mobile Banking", 13.

⁷⁴ Fauzia Lestari, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Banking", *Skripsi*, 2019, 71.

⁷⁵ Agung Widhi Kurniawan, Zarah Puspitaningtyas, "Metode Penelitian Kuantitatif", 97.

dapat dipercaya atau dapat diandalkan.⁷⁶ Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistic Cronbach's Alpha (α), dimana suatu instrumen dapat dinyatakan handal (reliable) bila $\alpha > 0,60$, Pengukuran reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS (*Statistical Package For Social Science*) versi 25.

F. Teknik Analisa Data

Penelitian kuantitatif, apabila ingin menganalisis data teknik yang digunakan harus jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab hipotesis yang telah dirumuskan. Penelitian ini datanya kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia.⁷⁷ Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan:

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah salah satu persyaratan statistik yang harus dipenuhi sebagai alat prediksi yang lebih baik. Agar mendapatkan regresi yang baik harus memenuhi asumsi-asumsi yang diisyaratkan untuk memenuhi asumsi normalitas dan bebas dari multikolinearitas, heterokedastisitas serta autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak.⁷⁸ Pelaksanaan uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorav- Smirnov*. Jika nilai uji *Kolmogorav- Smirnov* kurang atau sama dengan 0.05, maka residual tidak berdistribusi normal dan jika sebaliknya maka berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk menyatakan bahwa seharusnya hubungan antar satu variabel terikat dengan variabel bebas bersifat linier. Variabel akan dinyatakan valid apabila mempunyai hubungan yang linier bila nilai signifikansi pada *deviation from linearity* lebih dari 0.05.

2. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Sederhana

⁷⁶ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*,130.

⁷⁷ Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung:CV Alfabeta,2007),243.

⁷⁸ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*,174.

Analisis regresi sederhana yaitu hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara kualitas layanan (*variabel independen*) dengan minat menggunakan *M-Banking* (*variabel dependen*) apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Persamaan regresi sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y= Variabel dependen yaitu minat menggunakan *Mobile Banking*

X=Variabel independen yaitu kualitas layanan

a = Konstanta (nilai Y' apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

b. Uji T (Parsial)

Menurut Ghazali Uji T merupakan pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent (X) secara individual mempengaruhi variabel dependent (Y).⁷⁹ Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak Artinya terdapat pengaruh yang tidak signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Analisis Koefisien Determinan (R^2)

⁷⁹ Bagus Nurcahyo, Analisis Dampak Penciptaan Brand Image dan Efektifitas Word Of Mouth Pada Penguatan keputusan Pembelian Produk Fashion, *e-Jurnal Nusamba*, Vol.1/2018,19.

Menurut Ghazali, koefisien determinan (R^2) dimaksud untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinan (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu).⁸⁰ Koefisien determinan (R^2) nol, berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh pada variabel dependen. Selain itu koefisien determinan (R^2) dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan variabel bebas (X).

⁸⁰ *Ibid*, 52.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Walisongo

Mahasiswa jurusan Perbankan Syariah di UIN Walisongo adalah individu yang tertarik mendalami ilmu perbankan dan keuangan sesuai prinsip syariah Islam. Mereka datang dari berbagai daerah di Indonesia dengan latar belakang pendidikan yang beragam, umumnya memiliki pendidikan menengah atas. Jumlah mahasiswa di jurusan ini bervariasi setiap tahun, terdiri dari ratusan mahasiswa di berbagai tingkatan, dengan keseimbangan jumlah antara laki-laki dan perempuan serta mayoritas berusia 18-25 tahun. Mahasiswa umumnya berasal dari latar belakang pendidikan menengah atas seperti Madrasah Aliyah (MA), Sekolah Menengah Atas (SMA), atau Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dengan jurusan relevan seperti keuangan atau akuntansi,

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang disebar oleh peneliti pada bulan Juni terdapat 33 Responden Mahasiswa jurusan Perbankan Syariah UIN Walisongo yang menjawab angket pertanyaan. Adapun untuk rincian datanya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Distribusi Responden

1. Berdasarkan Jenis Kelamin		
Jenis Kelamin	Jumlah	%
Laki-laki	16	53,33
Perempuann	14	47.77
2. Berdasarkan Usia		
Usia	Jumlah	%
21-22 Tahun	30	90.9
23-24 Tahun	3	9.1
Jumlah	33	100%
3. Berdasarkan Pengguna <i>Mobile Banking</i>		

Pendidikan Terakhir	Jumlah	%
Ya	33	100
Tidak	0	0
Jumlah	33	100%
4. Berdasarkan Jenis <i>Mobile Banking</i>		
Jabatan Pekerjaan	Jumlah	%
BRI	6	18.1
BNI	5	15.1
BCA	1	3.3
Mandiri	4	12.0
BSI	17	51.5
Jumlah	33	100%
5. Berdasarkan Jenis Transaksi		
Lama Masa Kerja	Jumlah	%
Cek Saldo	3	9.1
Pembayaran	5	15.1
Transfer	25	75,8
Jumlah	33	100%

Sumber : Data diolah pada Juni 2022

Pada Tabel 4.1 dijelaskan bahwa responden berdasarkan jenis kelamin terdiri dari pria berjumlah 5 orang atau 15,2% dari jumlah keseluruhan dan wanita berjumlah 28 orang atau 84,8% dari 33 responden. Kemudian menurut karakteristik usia 33 responden terdiri dari usia 21-22 tahun berjumlah 30 orang atau 90,9% , usia 23-24 tahun sejumlah 3 orang atau 9,1% dari jumlah responden.

Berdasarkan pengguna *Mobile Banking* atau tidak, semua responden sejumlah 33 mahasiswa menggunakan *Mobile Banking*. Berdasarkan jenis *Mobile Banking* yang

digunakan terdiri dari pengguna BRI sebanyak 6 orang atau 18,1% dari 33 responden, BNI sebanyak 5 orang atau 15,1% dari seluruh responden, BCA hanya 1 orang atau sebanyak 3,3% saja, Bank Mandiri sebanyak 4 orang atau 12,0% dari jumlah responden dan pengguna *Mobile Banking* BSI sebanyak 17 orang atau 51,5% dari 33 responden. Sedangkan berdasarkan jenis transaksi yang sering mereka lakukan ialah cek saldo sebanyak 3 orang atau 9,1% dari jumlah responden, yang melakukan pembayaran melalui *Mobile Banking* sebanyak 5 orang atau 15,1% dan yang transfer sebanyak 25 atau 75,8% dari seluruh jumlah responden.

Tabel 4.2

Data Responden dan Hasil Skala Likert

Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Q21	Q22	Q23
4	5	5	5	5	2	3	3	3	5	4	3	5	5	4	2	4	5	5	4	2	5	1
1	1	5	3	2	4	4	3	2	4	1	3	5	3	5	1	2	4	1	4	2	2	1
2	5	5	4	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	2	4	5	2	2	4	2	2	4
4	1	5	5	2	5	2	1	1	4	4	5	1	5	5	1	1	1	1	4	3	3	1
3	3	1	3	5	2	2	1	4	1	4	1	1	5	3	4	3	3	1	3	5	1	1
5	2	3	1	2	2	4	5	3	3	4	5	4	5	5	3	5	4	5	3	3	4	2
2	5	1	5	4	4	4	4	4	3	2	4	1	1	1	1	3	1	4	5	1	3	3
1	5	1	3	2	4	3	1	4	1	1	1	4	4	2	3	1	5	1	1	3	1	2
2	2	5	1	1	3	2	5	2	2	4	3	3	1	5	4	2	3	1	1	4	3	5
3	2	4	3	4	3	2	3	3	4	4	1	1	2	1	3	4	1	1	2	2	3	4
2	1	4	4	1	2	1	4	2	5	3	1	1	1	3	3	4	1	4	3	1	4	4
3	1	3	1	5	2	2	2	1	5	1	4	1	4	1	5	4	3	1	1	4	3	3
5	3	3	3	2	5	1	4	5	5	4	5	3	4	3	1	1	4	4	5	5	3	4
1	5	5	1	5	3	4	1	4	5	5	1	3	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2
2	1	1	1	3	5	2	2	1	2	1	5	4	2	1	4	5	4	1	4	3	4	2
2	3	1	2	5	2	2	1	4	2	3	4	5	1	5	4	4	4	5	4	5	4	3
4	5	2	4	2	3	1	3	2	2	2	5	2	2	1	4	5	1	2	2	1	2	1
5	5	3	5	5	5	3	4	2	3	5	1	5	4	5	1	4	5	4	2	2	5	4
1	5	2	2	5	2	2	4	2	4	3	2	1	5	5	4	2	1	4	3	4	4	2
3	4	3	1	5	3	3	5	4	3	1	1	2	3	4	5	5	4	2	5	3	2	3
1	2	5	2	2	1	2	3	1	1	2	5	2	5	3	5	4	1	5	5	1	4	2
5	1	3	1	3	4	2	1	5	4	1	1	1	1	1	1	1	4	1	5	3	3	1
4	4	5	4	3	4	1	4	4	5	2	5	5	3	4	1	4	4	5	4	5	5	5
5	2	3	2	5	2	5	3	3	2	4	3	2	2	4	1	5	5	2	1	2	3	2
2	5	5	5	3	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	3	2	2	3	3	5
5	2	5	2	4	4	5	1	5	3	5	4	1	4	1	1	1	5	2	4	5	5	5
5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	2	3	1	1	5	3	1	3	4	2	4	4	5
2	4	5	2	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	1	5	5	5	4	5	5	3
5	3	5	5	5	2	2	2	3	5	5	5	1	2	1	3	5	5	1	3	3	1	5
1	2	5	5	4	5	4	1	2	5	3	5	5	5	5	2	2	3	1	5	1	1	3
1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	4	5	3	1	1	5	5	2
3	3	1	2	2	2	2	3	3	1	4	4	4	4	2	3	1	5	5	4	2	1	2
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	1	5	3	3	5	5	5

Tabel 4.3 Statistik Deskriptif

Statistics			
		INDEPENDEN (KUALITAS LAYANAN)	DEPENDEN (MINAT MENGGUNAKAN)
N	Valid	33	33
	Missing	0	0
Mean		47,0000	15,3939
Std. Error of Mean		1,88997	,81874
Median		46,0000	14,0000
Mode		40,00 ^a	12,00
Std. Deviation		10,85703	4,70332
Variance		117,875	22,121
Skewness		-,013	,540
Std. Error of Skewness		,409	,409
Kurtosis		,091	-,667
Std. Error of Kurtosis		,798	,798
Range		52,00	18,00
Minimum		20,00	7,00
Maximum		72,00	25,00
Sum		1551,00	508,00

Sumber : Data diolah Juni 2024

Pada Tabel 4.2 adalah Kualitas Layanan, memiliki rata-rata sebesar 470000, dengan galat standar rata-rata sebesar 188997. Nilai tengah (median) dari kualitas layanan adalah 460000, sementara nilai yang paling sering muncul (modus) adalah 4000. Standar deviasi, yang mengukur seberapa besar variasi atau sebaran data, adalah 1085703. Varians dari data ini adalah 117875, menunjukkan besarnya penyebaran nilai-nilai data. Distribusi data untuk kualitas layanan relatif simetris dengan nilai skewness sebesar -0,013 dan sedikit lebih pejal daripada distribusi normal dengan nilai kurtosis sebesar 0,91. Rentang nilai untuk kualitas layanan adalah 5200, dengan nilai minimum 2000 dan nilai maksimum 7200. Total nilai dari semua data kualitas layanan adalah 155100.

Minat Menggunakan memiliki rata-rata sebesar 153939, dengan galat standar rata-rata sebesar 81874. Nilai tengah (median) dari minat menggunakan adalah 140000, sementara modusnya adalah 1200. Standar deviasi untuk minat menggunakan adalah 470332, dengan varians sebesar 22121, menunjukkan variasi yang cukup besar dalam data ini. Distribusi data untuk minat menggunakan cenderung miring ke kanan dengan nilai skewness sebesar 0,54 dan lebih datar daripada distribusi normal dengan nilai kurtosis sebesar -0,667. Rentang nilai untuk minat menggunakan adalah 1800,

dengan nilai minimum 700 dan nilai maksimum 2500. Total nilai dari semua data minat menggunakan adalah 50800.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan minat menggunakan memiliki variasi yang signifikan dalam distribusi nilai-nilainya, dengan berbagai ukuran tengah dan penyebaran yang menggambarkan karakteristik masing-masing variabel dalam penelitian.

2. Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Output uji validitas setiap variabel menggunakan program SPSS versi 25 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4

Uji Validitas Kualitas Layanan (X)

Variabel Independen: Kualitas Layanan		
Indikator	Nomor Soal	Hasil Uji Validitas
<i>Reliability</i>	1.	Valid
	2.	Valid
	3.	Valid
	4.	Valid
	5.	Valid
	6.	Valid
	7.	Valid
<i>Assurance</i>	8.	Valid
	9.	Valid
<i>Responsiveness</i>	10.	Valid
	11.	Valid
<i>Efficiency</i>	12.	Valid
	13.	Valid
<i>Emphaty</i>	14.	Valid
	15.	Valid
<i>Tangible</i>	16.	Tidak Valid
	17.	Tidak Valid
Uji Variabel Dependen: Minat Mennggunakan		
	Nomor Soal	Uji Validitas
	18.	Valid
	19.	Valid
	20.	Tidak Valid
	21.	Valid
	22.	Valid
	23.	Valid

Sumber: Data diolah pada Juni 2024

Dijelaskan pada tabel 4.3 hasil uji validitas SPSS 25 di atas dikarenakan jumlah responden adalah 33 kuesioner maka r tabel yang digunakan adalah .0,2826 dengan tingkat eror sebesar 0,05. Maka hasil di atas menunjukkan bahwa tabel yang tidak valid karena t hitung kurang dari r tabel adalah item nomor 16,17, 20. Selanjutnya, item tersebut tidak akan digunakan untuk dilakukan pengujian.

b. Uji reliabilitas

Hasil output uji reabilitas pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25 tabel berikut ini :

Tabel 4.5 Uji reliabilitas

Cronbach Alpa	Ketrangan
0.781	Reliabel

Sumber: Data diolah pada Juni 2024

Berdasarkan uji reliabilitas di atas dapat dilihat hasil output Reliabilitas Statistic menunjukkan nilai Cronbach Alpha sebesar 0,781 lebih besar dari 0,60 yang berarti variabel tersebut reliabe.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). untuk hasilnya bisa dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.6 Uji Normalitas

Keterangan	Nilai Residual Terstandarisasi	
	Regresi Linear	<i>Alpha</i>
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200	0,05

Sumber: Data diolah pada Juni 2024

Pada tabel hasil uji normalitas berdasarkan pada Uji K-S menunjukkan

bahwa nilai asymp. Sig. (2-tailed) pada uji K-S diatas sebesar 0,200 jauh diatas $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa uji K-S normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas menggunakan SPSS versi 25 dinyatakan linear bila nilai signifikansi pada *deviation from linearity* lebih dari 0,05. Hasil pengolahan terdapat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.7

Uji linearitas Deviation From Linearity

Keterangan	Nilai Residual Terstandarisasi	
	Regresi Liner	Alpha
<i>Deviation from Linearity</i>	0,454	0,05

Sumber : Data diolah pada Juni 2024.

Hasil uji linearitas pada *deviation from linearity* memiliki nilai 0,454 lebih besar dari 0,05 maka distribusi data pada variabel Kualitas Layanan terhadap Minat menggunakan *Mobile Banking* bersifat Linear.

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Sederhana

Uji regresi sederhana menggunakan SPSS 25, dapat dilihat pada tabel 4.8:

Tabel 4.8

Analisis Regresi Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,254	3,139		1,355	,185
	INDEPENDEN (KUALITAS LAYANAN)	,237	,065	,547	3,639	,001

a. Dependent Variable: DEPENDEN (MINAT MENGGUNAKAN)

Sumber : Data diolah pada Juni 2024

Melalui hasil analisis regresi sederhana yang terdapat pada tabel di atas, maka

dapat dibentuk sebuah persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,254 + 0,237X$$

Dimana,

Y = Minat Menggunakan *Mobile Banking*

X = Kualitas Layanan

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta (a) sebesar 4,254 berarti bahwa jika tidak terjadi perubahan Kualitas Layanan maka minat menggunakan *Mobile Banking* ada sebesar nilai konstantanya.
 - 2) Koefisien X (Kualitas Layanan *Mobile Banking*) bernilai positif sebesar, 0,237 hal ini berarti setiap kenaikan 1% untuk variabel kualitas layanan akan diikuti kenaikan Minat Menggunakan sebesar 0,186 dengan asumsi variabel lain konstan. Koefisien bernilai positif artinya Kualitas Layanan memberikan pengaruh yang positif. Semakin tinggi tingkat Kualitas Layanan, maka semakin tinggi juga tingkat Minat Menggunakan *Mobile Banking*. Kemudian hasil signifikansi bernilai 0,001 yang berarti kurang dari 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X) berpengaruh terhadap variabel Minat Menggunakan (Y).
- b. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan dengan menguji menggunakan SPSS versi 25 didapatkan hasil dari tabel dibawah ini :

Tabel 4.9 Uji t (Parsial)

Keterangan	T	Sig
Nilai Konstanta	1,355	0,185
Kualitas Layanan	3,639	0,001

Sumber : Data diolah pada Juni 2024

Berdasarkan tabel 4.9., variabel dapat dikatakan berpengaruh secara

parsial apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$. Rumus mencari nilai t_{tabel} yaitu $t_{tabel} = (t_{\alpha/2;n-k-1})$ Adalah alfa (0,05), 2 adalah ketetapan rumus, n adalah jumlah responden, k adalah jumlah variable, dan 1 adalah ketetapan rumus. Sehingga $t_{tabel} = (t_{\alpha/2;n-k-1}) = (t_{0,05/2;33-2-1}) = (t_{0,025;30}) = 2,042$ Diketahui nilai t_{hitung} kualitas layanan sebesar 3,639 dengan nilai signifikan 0,001 dan nilai t_{tabel} sebesar 2,042, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,639 > 2,042$ artinya kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien diterminasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara nol dan satu. Berikut adalah tabel hasil uji koefisien diterminasi (R^2):

Tabel 4.10

Uji Koefisien Determinasi (R^2)n

Model	R	R Square
1	0,541	0,299

Sumber : Data diolah pada Juni 2024

Keterangan :

R =korelasi antara variable X dengan Y

R Square Pengaruh langsung variable X dengan Y

Berdasar kan hasil output uji koefisien diterminasi pada tabel 4.10, diketahui besarnya nilai korelasi/(R) sebesar 0,542 atau 54,1 %. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,293 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* adalah sebesar 29,9%. Dengan demikian tinggi rendahnya minat menggunakan *Mobile Banking* dipengaruhi oleh kualitas layanan sebesar 29,9% sedangkan sisanya 70,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak di jelaskan dalam penelitian.

C. Pembahasan

Pada pengujian hipotesis berdasarkan hasil perhitungan disimpulkan bahwa

Kualitas layanan *Mobile Banking* berpengaruh signifikan atau sangat berperan penting terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini dikarenakan kualitas layanan merupakan kemampuan untuk memberikan perencanaan, penciptaan dan menyerahkan produk untuk bermanfaat luar biasa bagi konsumen. Jika tidak diterapkannya kualitas layanan yang maksimal maka akan berpengaruh pada minat seseorang dalam menggunakan

Mobile Banking. Penelitian ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Marthauli, R. Elly Mirati, Rahmanita Vidyasari 2020 menjelaskan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*. Sedangkan menurut Anggita Virgianti 2020 kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Fandi 2019 bahwa adanya pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*

Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Armia Rizki Damayanti 2021 yang memaparkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*

Data dalam penelitian ini mendukung adanya pengaruh kualitas layanan mobile banking dengan menggunakan minat pada perbankan. Artinya, kualitas layanan akan menentukan minat penggunaan nasabah terhadap penggunaan mobile banking BRI pada Mahasiswa jurusan perbankan Syariah FEBI UIN Walisongo Semarang.

Berikut adalah rincian data penelitian ini, 23 kuesioner yang disebar dan dijawab oleh 33 responden, beberapa item dinyatakan tidak valid dan dikeluarkan dari analisis lebih lanjut. Adapun untuk item yang tidak valid adalah item no 16, 17, 20.

Uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha menunjukkan nilai sebesar 0,781 untuk variabel Kualitas Layanan dan 0,762 untuk variabel Minat Menggunakan, yang berarti kedua variabel tersebut reliabel.

Uji normalitas dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S). Hasil menunjukkan bahwa nilai asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang lebih besar dari $\alpha = 0,05$, menandakan bahwa data berdistribusi normal.

Uji linearitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada deviation from linearity adalah 0,060, yang lebih besar dari 0,05. Ini berarti bahwa distribusi data pada variabel

Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan bersifat linear.

Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 2,786 + 0,186X$. Ini berarti setiap kenaikan 1 unit pada variabel Kualitas Layanan akan meningkatkan Minat Menggunakan sebesar 0,186 unit, dengan asumsi variabel lain konstan. Koefisien ini bernilai positif, menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memberikan pengaruh yang positif terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking.

Uji t menunjukkan bahwa nilai thitung untuk Kualitas Layanan adalah 3,588 dengan nilai signifikansi 0,001, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan nilai ttabel sebesar 2,042, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Menggunakan mobile banking.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,299 menunjukkan bahwa 29,9% variasi dalam Minat Menggunakan dapat dijelaskan oleh Kualitas Layanan, sementara sisanya 70,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Secara keseluruhan, data menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking di kalangan mahasiswa perbankan syariah UIN Walisongo Semarang. Dengan mayoritas responden yang menggunakan mobile banking dan variasi yang besar dalam penilaian kualitas layanan, penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking di kalangan mahasiswa.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh Kualitas Layanan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* pada mahasiswa perbankan syariah UIN Walisongo angkatan, maka diperoleh kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Adanya *Mobile Banking* sangat membantu mahasiswa bertransaksi tidak perlu repot antri di bank.
2. Secara parsial menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* karena $T_{hitung} > T_{tabel}$ yakni $3,588 > 2,042$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.
3. Pada penelitian ini kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* sebesar 29,3% sedangkan sisanya 70,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak di jelaskan dalam penelitian.

B. Saran

Peneliti menemukan 54,2% terdapat variabel lain seperti variabel risiko, variabel kemudahan, variabel kepercayaan dan variabel kenyamanan yang tidak diteliti oleh peneliti. Hal tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan oleh peneliti selanjutnya agar dapat menemukan variabel- variabel yang berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* pada mahasiswa perbankan syariah UIN Walisongo Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

1. Akyuwen, Roberto. *Lebih Mengenal Digital Banking Manfaat, Peluang dan Tantangan*. Yogyakarta: Pasca UGM, 2020.
2. Hardani, S.Pd., M.Si., et al. *e-book Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020.
3. Kurniawan, Agung, Widhi, Zarah Puspitaningtyas. *e-book Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016.
4. Noor, Juliansyah. *e-book Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana, 2017.
5. Otoritas Jasa Keuangan. *Buku Bijak Ber-Ebanking*, 2015, hlm 13–14.
6. Sugiono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2007, hlm 243.
7. Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*.

Jurnal dan Skripsi

1. Adelia, Melfi. "Pengaruh Kualitas Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)". Skripsi IAIN Metro, 2020.
2. Achmad, Fandi. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya". *e-Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2 No. 3, 2019.
3. Arua, Irianti, Dame. "Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Dalam Menggunakan Mobile Banking". Skripsi, 2018.
4. Aryandi, Riski. "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Risiko Transaksi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Menggunakan Mobile Banking". Skripsi, 2020.
5. Astuti, Yuni, Vani. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kebermanfaatan". Skripsi, 2020.
6. Basiran, Ilham. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah

- Studi Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Raden Fatah Palembang". Skripsi, 2020.
7. Damayanti, Rizki, Armia. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fitur Terhadap Minat Penggunaan Berkelanjutan Mobile Banking Bris Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Febi Iain Ponorogo". Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021.
 8. Dwi, Novera. "Pengaruh Pengetahuan, Risiko Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking". Skripsi, 2020.
 9. Harahap, Zakaria. "Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih". *e-Jurnal Islamic Banking: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah*, Vol. 6 No. 2, Agustus 2020.
 10. Juanda, Adi, Riski. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking (Survei Pada Masyarakat Kec. Syiah Kuala)". Skripsi, 2020.
 11. Juhairi, dkk. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2018.
 12. Ledesman. "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking". Skripsi, 2018.
 13. Lestari, Fauzia. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Banking". Skripsi, 2019.
 14. Malik, Abdul, Fitroh. "Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada PT.Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati Jakarta Selatan)". Skripsi Universitas Muhamadiyah Jakarta.
 15. Pangesti, Rizki. "Pengaruh Persepsi Resiko, Kepercayaan dan Tekonologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Studi Kasus pada Nasabah Bank BNI Syariah Yogyakarta". Skripsi, 2018.
 16. Prakosa, Adi dan Sumantika Ahsan. "Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Tehadap Kepercayaan Pengguna M-Banking". *Jurnal Manajemen*, Vol. 9 No. 2, 2019.
 17. Restini, Loka, Maria dan Pambudi, Rilo. "Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap

- Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Di DKI Jakarta". *Jurnal Akuntansi*, Vol. 11, No. 1, 2019.
18. Sajani, Maria, Tika. "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa Febi Iain Bengkulu Menggunakan Internet Banking". Skripsi, 2019.
 19. Sari, Asri, Saras, Ratna, Ramaditya, M. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)". *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 2019/2020.
 20. Sari, Kartika. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Pegawai Menggunakan Mobile Banking Pada Pegawai Kantor Pelayanan dan Pengawasan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean C Manado". Skripsi, 2020

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Hafis M Hanafi
Nomer Induk Mahasiswa : 17050360170
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Tempat, Tanggal Lahir : Kendal, 22 Juni 1996
Agama : Islam
Alamat : Gebanganom RT 03. RW 03, Kec, Rowosari. Kab, Kendal
Email : hafishanafi381@gmail.com
Pendidikan :

1. SDN Sendang Sikucing Lulus Tahun 2008
2. MTS Sunan Pandanaran Tahun 2011
3. MA NU 03 Sunan Katong Lulus Tahun 2014
4. S1 Perbankan Syari'ah UIN Walisongo Semarang

