

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
APLIKASI BANK ALADIN SYARI'AH
(Studi Kasus di Wilayah Ketangguhan Selatan Kabupaten Brebes)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata S1
dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh :

LUSIANA DEWI

2105036161

S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Hamka Kampus III Ngaliyan, Telp/Fax (024) 7606454 Semarang 50185
Website: febi.walisongo.ac.id – Email : febi@walisongo.ac.id

Lamp :
Hal : Persetujuan Pembimbing
A.n Lusiana Dewi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah kami meneliti dan melakukan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing menyatakan bahwa naskah skripsi saudara:

Nama : Lusiana Dewi
NIM : 2105036161
Fakultas/Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah**

Dengan ini kami mohon kiranya agar skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 21 Agustus 2025

Pembimbing I

Dr. H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.
NIP. 196701191998031002

Pembimbing II

Rabi'atul Adawiyah, Lc., M.S.I.
NIP. 198911012019032008

HALAMAN PENGESAHAN



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

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

PENGESAHAN

Nama : Lusiana Dewi
NIM : 2105036161
Judul : Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/baik, pada tanggal : 22 September 2025

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I tahun akademik 2024/2025

Semarang, 22 September 2025

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

Fita Nurotul Faizah, M.E
NIP. 199405032019032026

Penguji I

Kartika Marella Vanni, S.S.T, M.E
NIP. 199304212019032028

Pembimbing I

Dr. H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.
NIP 196701191998031002

Sekretaris Sidang

Rabi'atul Adawivah, Lc., M.S.I
NIP. 198911012019032008

Penguji II



Dr. Wasyith, Lc., M.E.I
NIP 198204182015031002

Pembimbing II

Rabi'atul Adawivah, Lc., M.S.I
NIP. 198911012019032008

MOTTO

وَإِذْ يَمْكُرُ بِكَ الَّذِينَ كَفَرُوا لِيُثْبِتُوكَ أَوْ يَقْتُلُوكَ أَوْ يُخْرِجُوكَ وَيَمْكُرُونَ وَيَمْكُرُ اللَّهُ وَاللَّهُ خَيْرُ الْمَكْرِينَ

Mereka membuat tipu daya, dan Allah menggagalkan tipu daya itu. Dan Allah sebaik-baik Perencana.

(Q.S Al-Anfal ayat 30)

"Failure is not the end, but the best teacher. Allah may close one path to open a better one."

(Lusiana Dewi)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, hormat, dan cinta, karya sederhana ini kupersembahkan kepada kedua orangtua tercinta, Bapak Agus Nawawi dan Ibu Anisah. Terima kasih atas kasih sayang yang tiada henti, pengorbanan tanpa batas, serta doa yang senantiasa menyertai setiap langkah penulis. Bimbingan, perhatian, dan dukungan Bapak dan Ibu telah menjadi fondasi kuat bagi penulis untuk belajar, berjuang, dan menyelesaikan karya ini. Karya ini adalah wujud penghargaan dan ungkapan terima kasih yang tulus dari penulis atas semua cinta, kesabaran, dan pengorbanan yang telah diberikan.

DEKLARASI

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 21 Agustus 2025

Penulis,



Lusiana Dewi

NIM. 2105036161

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini mengacu pada keputusan resmi di Indonesia, yaitu SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987 tentang Pedoman Transliterasi Arab-Latin. Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain¹. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya. Berikut penjelasannya:

1. Konsonan

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

¹ MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN and REPUBLIK INDONESIA, "TRANSLITERASI ARAB – LATIN," n.d.

ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong

1. Vokal tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhamah	U	U

2. Vokal rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
...◌َ ي	Fathah dan Ya	Ai	A dan i
...◌َ و	Fathah dan Wau	Au	A dan u

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
------------------	------	-----------------	------

...آ...)	Fathah dan Alif atau Ya	A	a dan garis di atas
...ى	Kasrah dan Ya	I	i dan garis di atas
...و	Dhammah dan Wau	U	u dan garis di atas

Contoh : قَالَ - qāla

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrahan dan dammah, transliterasinya adalah 't'.

2. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah 'h'. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunkan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

- raudah al-atfāl

-- raudatulatfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

- al-Madīnah al-Munawwarah

-al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَةَ

- talḥah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid (ّ), dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh : رَبَّانَا - rabbanā

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu malad numan ال transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditranslite-rasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditranslite-rasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Contoh : الرَّجُلُ - ar-rajulu

السَّيِّدُ - as-sayyidu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh : تَأْخُذُونَ - ta'khuzūna

النَّوْءُ - an-nau'

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh : الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdulillahirabbil al-'ālamīn

ABSTRAK

Kecamatan Ketanggungan bagian selatan, Kabupaten Brebes, memiliki ketersediaan bank konvensional maupun syariah yang masih terbatas. Kantor bank yang ada pun umumnya berlokasi jauh dari pemukiman masyarakat sehingga menyulitkan akses terhadap layanan keuangan. Kondisi tersebut mendorong perlunya alternatif layanan perbankan yang lebih mudah dijangkau tanpa bergantung pada infrastruktur fisik. Kehadiran Bank Aladin Syariah sebagai bank digital syariah pertama di Indonesia menjadi solusi baru dalam menyediakan layanan keuangan yang praktis, cepat, dan dapat diakses kapan saja.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat masyarakat Kecamatan Ketanggungan bagian selatan dalam menggunakan aplikasi Bank Aladin Syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi penelitian meliputi masyarakat di Kecamatan Ketanggungan bagian selatan dengan teknik purposive sampling, serta jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi Bank Aladin Syariah. Implikasinya, semakin baik kualitas layanan digital serta semakin mudahnya akses fitur, maka minat masyarakat, bahkan di daerah yang jauh dari pusat perkotaan, akan semakin meningkat.

Kata kunci: Bank Digital Syariah, Fitur Layanan, Kualitas Layanan, Minat Menggunakan, Persepsi Kemudahan.

ABSTRACT

Southern Ketanggungan Sub-district, Brebes Regency, still has limited access to both conventional and Islamic banks. Most existing bank offices are located far from residential areas, making it difficult for the community to access financial services. This condition encourages the need for alternative banking services that are easier to reach without relying on physical infrastructure. The presence of Bank Aladin Syariah, as the first Islamic digital bank in Indonesia, offers a new solution by providing practical, fast, and accessible financial services anytime.

This study aims to examine the interest of the community in Southern Ketanggungan Sub-district in using the Bank Aladin Syariah application. The research method used is quantitative with a survey approach. The population consists of the community in Southern Ketanggungan Sub-district, Brebes Regency, selected using purposive sampling with a total of 100 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression.

The results show that perceived ease of use, service features, and service quality have a positive and significant effect on the community's interest in using the Bank Aladin Syariah application. The implication is that the better the quality of digital services offered by Islamic banks and the easier the access to features, the higher the public interest will be, even in areas far from urban centers.

Keywords: Digital Sharia Bank, Service Features, Service Quality, Interest in Using, Perceived Ease of Use.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya. Berkat pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah (Studi Kasus di Kecamatan Ketanggungan bagian Selatan Kabupaten Brebes)”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai tantangan. Namun berkat ridho Allah SWT, serta doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, akhirnya karya ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, beserta Wakil Dekan I, II, dan III, serta seluruh dosen yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama masa perkuliahan.
3. Arif Afendi, S.E., M.Sc., selaku Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah yang senantiasa memberikan arahan, dukungan, serta semangat dalam proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
4. Mardhiyaturrositaningsih, ME., selaku Sekretaris Program Studi S1 Perbankan Syariah yang selalu membantu dan memberikan dukungan baik secara akademik maupun administratif.
5. Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag., selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan, perhatian, dan motivasi selama masa studi.
6. Dr. H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag. dan Rabi'atul Adawiyah, Lc., M.S.I. selaku Dosen Pembimbing I dan II, yang dengan penuh perhatian dan kesabaran memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak Agus Nawawi dan Ibu Anisah, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, semangat, dan dukungan yang tiada henti.

8. Sahabat-sahabat seperjuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya teman-teman S1 Perbankan Syariah angkatan 2021, atas kebersamaan, semangat, dan dukungan hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta menjadi kontribusi kecil dalam pengembangan teknologi, khususnya di bidang perbankan syariah.

Semarang, 21 Agustus 2025

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of a vertical line with a horizontal stroke crossing it, and a diagonal stroke extending from the bottom left towards the top right.

Lusiana Dewi
NIM. 2105036161

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
DEKLARASI	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.5 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	18
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	20

2.1.3	Persepsi Kemudahan.....	31
2.1.4	Fitur Layanan	35
2.1.5	Kualitas Layanan.....	37
2.1.6	Minat Menggunakan.....	41
2.1	Tinjauan Pustaka	46
2.2	Kerangka Pemikiran.....	53
2.3	Hipotesis.....	53
BAB III METODE PENELITIAN		57
3.1	Jenis Penelitian.....	57
3.2	Sumber data	57
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.4	Populasi dan Sampel	58
3.5	Teknik Pengambilan sampel	60
3.6	Variabel Penelitian	61
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	61
3.8	Teknik Analisis Data	63
3.8.1	Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reabilitas)	63
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	65
3.8.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
3.8.4	Uji R ² (Determinasi Model)	66
3.8.5	Uji t (Pengaruh Parsial).....	67
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		68
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	68
4.2	Karakteristik Responden	75
4.3	Uji Instrumen.....	78

4.3.1 Uji Validitas	78
4.3.2 Uji Reliabilitas	79
4.4 Uji Asumsi Klasik	81
4.4.1 Uji Normalitas	81
4.4.2 Uji Multikolinieritas	84
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	85
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	87
4.5.1 Uji Regresi Linear Berganda	87
4.6 Uji Hipotesis	89
4.6.1 Uji Koefisien regresi (Uji T)	89
4.6.2 Uji Simultan (Uji F)	91
4.6.3 Koefisien Determinasi (R ²)	92
4.8 Pembahasan Hasil Uji Data	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gambar Nilai Transaksi Uang Elektronik di Indonesia Tahun 2019-2024	2
Gambar 1. 2 Lokasi Bank Syariah di Kabupaten Brebes.....	5
Gambar 1. 3 Peta Wilayah Kecamatan Ketanggungan.....	6
Gambar 1. 4 Lokasi Bank Syariah di Kecamatan Ketanggungan.....	7
Gambar 1. 5 Jarak Desa ke Kecamatan dan Kabupaten dalam satuan Kilometer (KM)	7
Gambar 1. 6 Diagram Pra-Riset kendala yang dihadapi masyarakat wilayah ketanggungan selatan dalam mengakses perbankan syariah	8
Gambar 1. 7 Hasil Pra-Riset (Tingkat Penggunaan Layanan Perbankan Syariah oleh Masyarakat Ketanggungan Selatan)	9
Gambar 1. 8 Hasil Pra-Riset (Popularitas bank aladin pada masyarakat ketanggungan bagian selatan.....	9
Gambar 1. 9 Diagram Pra-Riset Pengaruh Minat menggunakan Layanan Perbankan Syariah	14
Gambar 4. 1 Logo Bank Aladin Sariah.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu	46
Tabel 3. 1 Rentang Pengukuran Angket	58
Tabel 3. 2 Jumlah Penduduk Menurut Desa	59
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel penelitian.....	62
Tabel 4. 1 Identitas Responden (Jenis Kelamin)	75
Tabel 4. 2 Identitas Responden (Domisili/Alamat)	76
Tabel 4. 3 Identitas Responden (Usia)	76
Tabel 4. 4 Identitas Responden (Pekerjaan).....	77
Tabel 4. 5 Uji Validitas	78
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabiliti Persepsi Kemudahan (X1).....	80
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabiliti Fitur Layanan (X2)	80
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabiliti Kualitas Layanan (X3)	80
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabiliti Minat Menggunakan (Y)	80
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas Keseluruhan.....	80
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas (Histogram).....	82
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas (P-P Plot)	83
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov Test)	84
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	85
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heterokedastisitas	86
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heterokedastisitas (Scatterplot).....	86
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	87
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)	89
Tabel 4. 19 Distribusi F probabilita 0,05	91
Tabel 4. 20 Hasil Uji Simultan (Uji F)	92
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	93
Tabel 4. 22 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : PERNYATAAN KUISIONER	109
Lampiran 2: HASIL JAWABAN RESPONDEN	116
Lampiran 3: Output Data SPSS	126
Lampiran 4: Dokumentasi.....	135

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk sektor perbankan. Perbankan merupakan salah satu sektor yang melakukan penyesuaian tercepat dan terupdate terhadap perkembangan zaman². Inovasi dan produk-produknya semakin diminati apabila dapat menunjang kebutuhan dan kemudahan dalam kehidupan sehari-hari. Perbankan yang mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi akan lebih unggul dalam memenuhi kebutuhan nasabah di era digital. Salah satu inovasi yang menarik perhatian adalah penerapan Layanan Perbankan Digital, di mana nasabah dapat mengakses berbagai layanan perbankan secara lebih mudah, cepat, dan efisien melalui perangkat elektronik, seperti ponsel pintar dan komputer.

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, Layanan Perbankan Digital adalah Layanan Perbankan Elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah, dengan memperhatikan aspek pengamanan.³ Transformasi digital di industri perbankan semakin meningkat, seiring dengan tuntutan masyarakat yang menginginkan layanan yang lebih cepat, efisien, dan mudah diakses. Digitalisasi perbankan mengacu pada pemanfaatan teknologi digital, seperti internet dan aplikasi mobile, untuk memberikan layanan perbankan kepada nasabah secara online, tanpa batasan waktu dan tempat. Fenomena ini telah mengubah pola interaksi antara nasabah dan bank, dari transaksi fisik di kantor cabang menjadi transaksi digital melalui perangkat seluler.

Salah satu pendorong utama digitalisasi perbankan adalah meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone di seluruh dunia. Menurut data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas), sebanyak 69,21 persen penduduk Indonesia telah

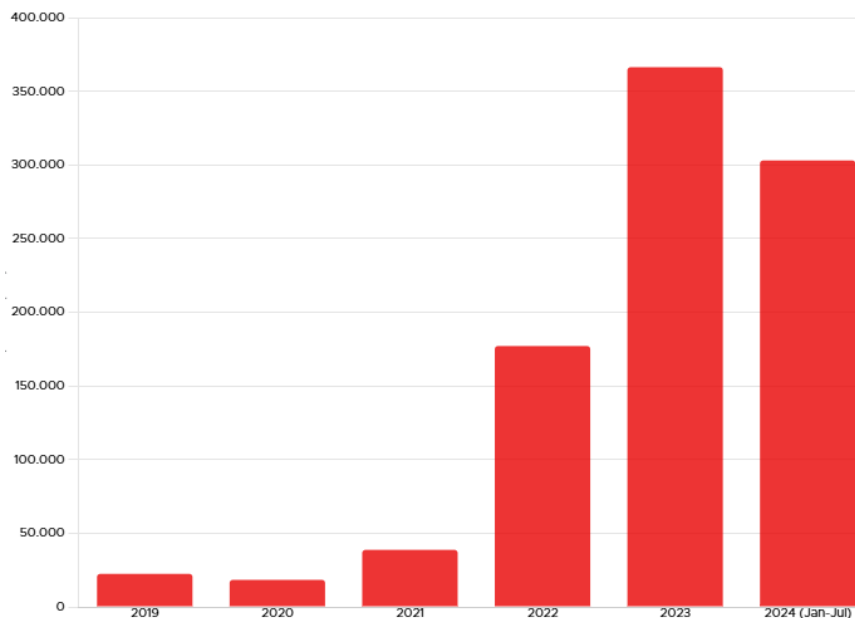
² Januariansyah Arfaizar et al., "Dinamika Kontemporer Dalam Transaksi Perbankan Syariah Dan Problematikanya," *Wadiah* 7, no. 2 (2023): 163–91, <https://doi.org/10.30762/wadiah.v7i2.327>.

³ Otoritas Jasa Keuangan, "POJK Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum," *Ojk RI*, no. I (2018): 1–55.

mengakses internet di tahun 2023⁴. Tingginya penggunaan internet ini mencerminkan iklim keterbukaan informasi dan penerimaan masyarakat terhadap perkembangan teknologi dan perubahan menuju masyarakat informasi. Tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia tidak terlepas dari pesatnya perkembangan telepon seluler. Pada tahun 2023 tercatat 67,29 persen penduduk di Indonesia telah memiliki telepon seluler. Angka ini sedikit menurun jika dibandingkan dengan kondisi tahun 2022 yang mencapai 67,88 persen. Data menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet dan smartphone terus meningkat setiap tahun, menciptakan peluang besar bagi bank untuk mengadopsi teknologi digital guna menjangkau lebih banyak nasabah. Hal ini sejalan dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan kenyamanan dan kecepatan dalam melakukan transaksi perbankan.

Dalam beberapa tahun terakhir, terutama selama pandemi *COVID-19*, terjadi percepatan signifikan dalam digitalisasi sektor perbankan. Pandemi memaksa masyarakat untuk beradaptasi dengan berbagai layanan digital akibat pembatasan fisik yang diberlakukan untuk mencegah penyebaran virus⁵. Akibatnya, penggunaan layanan perbankan digital mengalami lonjakan tajam, dapat dilihat pada *Gambar 1.1*.

Gambar 1.1 Gambar Nilai Transaksi Uang Elektronik di Indonesia Tahun 2019-2024



Sumber: Bank Indonesia

⁴ Muhammad Rivki et al., *STATISTIK TELEKOMUNIKASI INDONESIA 2023*, ed. Direktorat Statistik Keuangan - Teknologi Informasi dan Pariwisata, vol. 12 (Badan Pusat Statistik, 2024).

⁵ Aliya Hanafi, "Analisis Kinerja Bank Aladin Syariah Dengan Metode Risk Based Bank Rating (RBBR) Periode 2020-2023" 4 (2016): 1–23.

Gambar 1. 1 menunjukkan sejak beberapa tahun terakhir, khususnya enam tahun belakang transaksi penggunaan uang elektronik setiap tahunnya selalu menunjukkan tren peningkatan⁶. Ini mencerminkan pergeseran preferensi konsumen yang semakin mengandalkan platform digital untuk melakukan transaksi keuangan sehari-hari. Pandemi menjadi momentum percepatan adopsi teknologi digital dalam perbankan, karena kebutuhan untuk melakukan transaksi dari jarak jauh dan menghindari kontak fisik semakin mendesak. Layanan perbankan digital tidak hanya menawarkan kemudahan dan efisiensi, tetapi juga memberikan solusi yang aman dan praktis bagi nasabah dalam mengelola keuangan mereka di tengah kondisi yang penuh ketidakpastian.

Sebagai salah satu bank digital yang hadir dalam ekosistem keuangan Indonesia, Bank Aladin Syariah menjadi pelopor dalam layanan perbankan syariah berbasis digital. Dengan konsep tanpa kantor cabang, Bank Aladin Syariah menawarkan berbagai layanan keuangan berbasis aplikasi yang memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan kapan saja dan di mana saja. Transformasi digital ini juga sejalan dengan perkembangan industri perbankan global yang mengarah pada digitalisasi layanan, di mana teknologi dimanfaatkan untuk mempercepat proses, meningkatkan keamanan transaksi, serta menghadirkan pengalaman pengguna yang lebih praktis. Digitalisasi tidak hanya memberikan kenyamanan, tetapi juga menjadi jawaban atas perubahan gaya hidup masyarakat modern yang semakin bergantung pada teknologi dalam aktivitas sehari-hari, termasuk dalam mengelola keuangan. Selain itu, Bank Aladin Syariah terus berinovasi dengan menghadirkan fitur-fitur unggulan, seperti sistem pembayaran berbasis QRIS, integrasi dengan platform e-commerce, serta kerja sama dengan berbagai mitra strategis untuk memperluas jangkauan layanan. Efisiensi operasional yang lebih tinggi dibandingkan bank konvensional juga menjadi keunggulan utama dalam menghadirkan layanan yang kompetitif dan sesuai dengan prinsip syariah.

Digitalisasi perbankan juga memungkinkan bank untuk meningkatkan efisiensi operasional. Penggunaan teknologi digital dapat mengurangi biaya operasional bank dengan mengurangi kebutuhan sumber daya manusia dan infrastruktur fisik. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital juga mendorong terciptanya produk dan layanan baru yang lebih inovatif, seperti pembukaan rekening secara online, verifikasi identitas berbasis biometrik, hingga layanan konsultasi keuangan melalui aplikasi. Hal ini menunjukkan

⁶ Hilwa Syofa Kamila, "ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT PENGGUNAAN METODE PEMBAYARAN QRIS PADA MASYARAKAT MUSLIM DI DKI JAKARTA," 2023.

bahwa digitalisasi tidak hanya berfokus pada efisiensi biaya, tetapi juga pada peningkatan kualitas layanan yang lebih cepat, aman, dan personal sesuai kebutuhan nasabah. Selain itu, layanan perbankan digital, seperti *mobile banking*, *internet banking*, dan *e-wallet*, dapat memperluas akses keuangan kepada masyarakat yang sebelumnya belum terjangkau oleh layanan perbankan tradisional. Ini merupakan bagian dari upaya inklusi keuangan yang bertujuan untuk memberikan akses ke layanan keuangan kepada seluruh lapisan masyarakat.

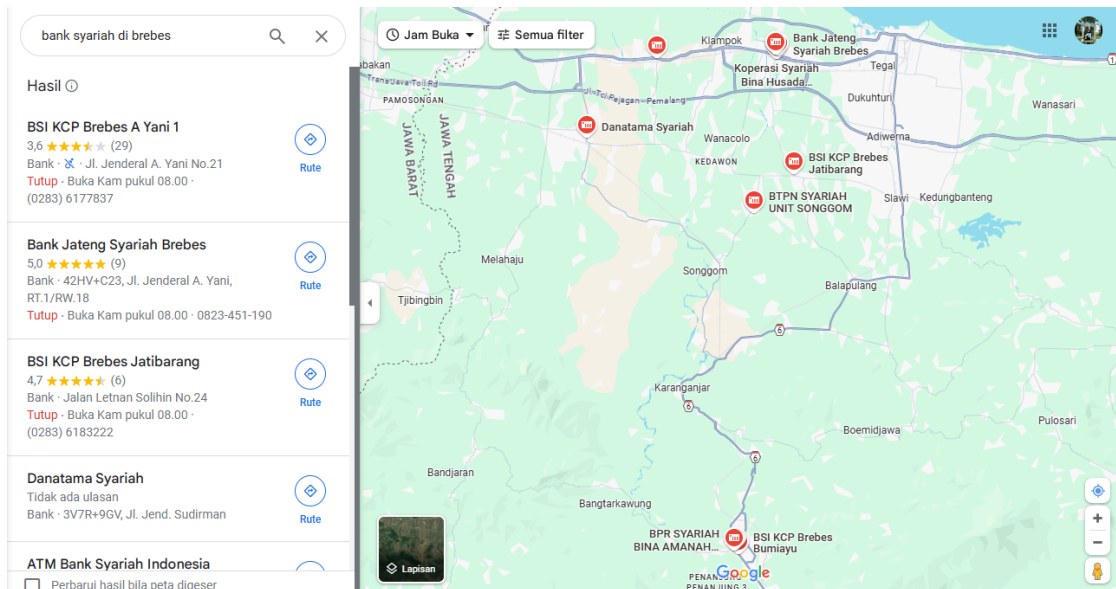
Dengan adanya persaingan di zaman yang semakin modern, tak hanya bank konvensional yang berlomba-lomba bertransformasi ke digital, namun bank syariah juga mengikuti tren tersebut. Menurut Undang-undang Republik Indonesia No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah⁷. Bank syariah menghadirkan layanan digital yang memadukan teknologi dengan prinsip syariah, seperti *mobile banking* dan pembayaran digital, untuk memberikan kemudahan akses serta meningkatkan daya saing di industri keuangan modern. Perbankan syariah yang didigitalisasi memungkinkan berbagai layanan seperti pembukaan rekening, pembayaran zakat, wakaf, hingga pembiayaan mikro dilakukan secara online tanpa harus datang ke kantor cabang. Hal ini tidak hanya memudahkan akses bagi masyarakat perkotaan tetapi juga menjangkau masyarakat di daerah terpencil, yang mungkin sebelumnya sulit mengakses layanan perbankan termasuk yang belum memiliki akses terhadap bank (*unbanked*) dan kurang terlayani (*underbanked*). Digitalisasi dalam konteks ini berperan penting sebagai sarana inklusi keuangan, karena membuka peluang bagi masyarakat yang selama ini terpinggirkan dari sistem keuangan formal untuk dapat menikmati layanan perbankan syariah.

Lokasi bank yang jauh dari pemukiman penduduk membuat akses menjadi sulit dan memakan waktu. Melalui layanan berbasis aplikasi, hambatan geografis dapat ditekan, sehingga layanan perbankan menjadi lebih dekat meski secara fisik bank tidak hadir. Hal ini sejalan dengan misi perbankan syariah untuk tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada kemaslahatan umat dengan menghadirkan layanan keuangan yang adil dan merata. Disinilah peran digitalisasi layanan perbankan syariah dibutuhkan. Pada

⁷ ojk.go.id, "Uu_No_21_Tahun_2008_Perbankan_syariah" 76, no. 3 (2008): 61–64.

banyak daerah terpencil, jarak ke bank terdekat bisa mencapai lebih dari 20 km⁸. Kondisi ini menyebabkan masyarakat enggan atau kesulitan untuk mengakses layanan perbankan secara rutin. Wilayah Ketanggungan Selatan adalah salah satu daerah yang mengalami akses yang terbatas pada layanan perbankan syariah. Wilayah Ketanggungan Selatan merupakan bagian dari Kecamatan Ketanggungan, yang terletak di Kabupaten Brebes.

Gambar 1.2 Lokasi Bank Syariah di Kabupaten Brebes

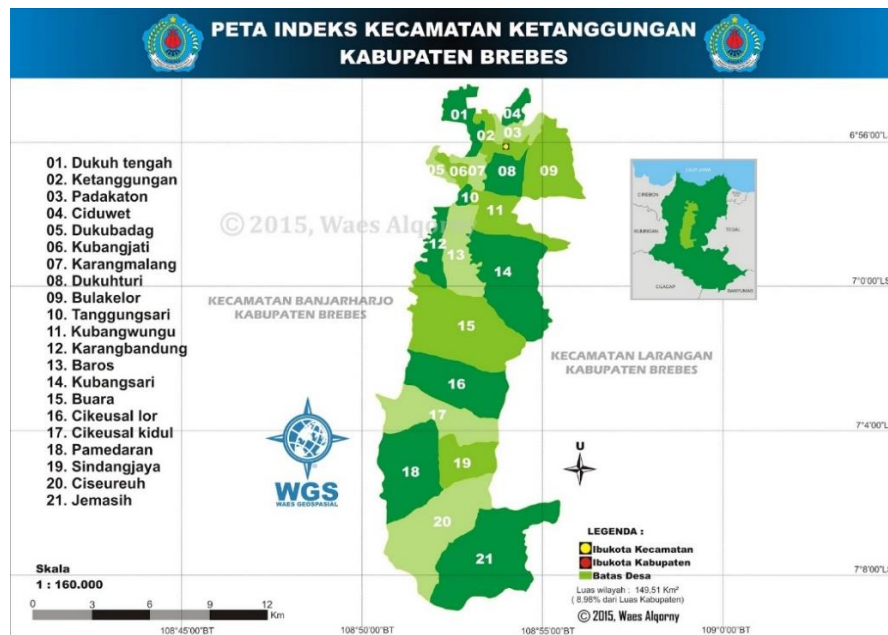


Sumber: Google Maps

Berdasarkan **Gambar 1.2** di Kabupaten Brebes sendiri, hanya terdapat empat bank syariah, yaitu Bank Jateng Syariah, dua kantor cabang Bank Syariah Indonesia (BSI), BTPN Syariah. Namun, keempatnya berlokasi di luar Kecamatan Ketanggungan, yaitu di Brebes pusat, Kecamatan Songgom, Kecamatan Jatibarang, dan Kecamatan Bumiayu. Sehingga jaraknya jauh untuk ditempuh masyarakat ketanggungan, terutama bagi masyarakat yang berada di wilayah Ketanggungan Selatan, membuat akses terhadap layanan bank syariah menjadi semakin sulit.

⁸ Bank Indonesia. (2019). *Laporan Ekonomi dan Keuangan Daerah*.

Gambar 1.3 Peta Wilayah Kecamatan Ketanggungan



Sumber: Peta Indeks Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes

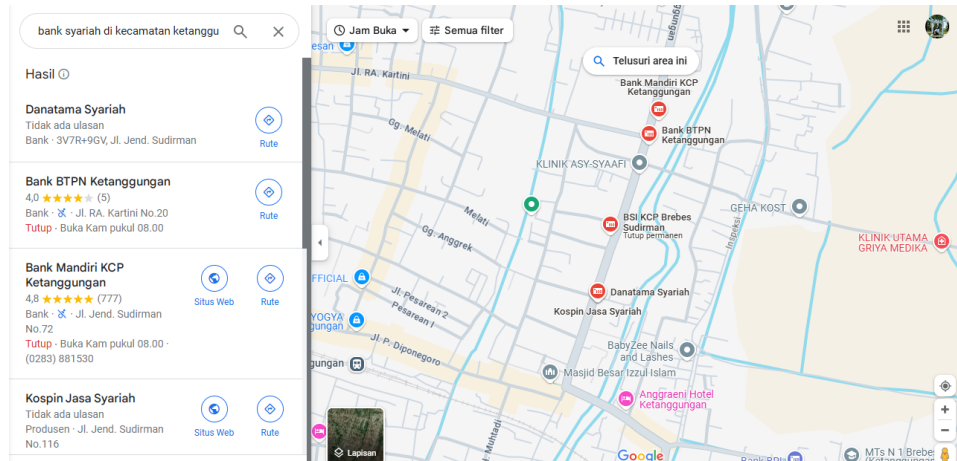
Ketanggungan selatan merupakan wilayah bagian selatan dari Kecamatan Ketanggungan, yang terdiri dari beberapa desa yaitu: Cikeusal Lor, Cikeusal Kidul, Pamedaran, Sindangjaya, Cisereuh, dan Jemasih⁹. Wilayah ini berjarak cukup jauh dari pusat kecamatan dan memiliki karakteristik geografis yang menjadikannya sebagai daerah yang relatif terpencil dalam akses terhadap layanan publik. Letaknya yang berada di bagian selatan dengan infrastruktur terbatas menjadikan wilayah ini sering dipandang sebagai daerah pelosok yang terpinggirkan dari pusat perkembangan ekonomi dan layanan publik di Kecamatan Ketanggungan. Keterbatasan akses ini dapat menciptakan hambatan bagi masyarakat setempat dalam mengakses berbagai layanan penting, termasuk layanan perbankan syariah. Jarak yang jauh antara lokasi bank syariah terdekat dengan wilayah Ketanggungan Selatan memperjelas tantangan yang dihadapi masyarakat setempat dalam mengakses layanan perbankan secara langsung.

Gambar berikut menunjukkan jarak dan lokasi bank syariah terdekat dari desa-desa di wilayah Ketanggungan Selatan, yang mengilustrasikan keterbatasan akses masyarakat terhadap layanan keuangan. Kondisi ini menunjukkan pentingnya inovasi layanan

⁹ Nur Laila Windy Prabowo Setyawan, Hayyun Kartika Tri H., Fakhris Budi Nurani, Wahyu Tri Wibowo, "Kecamatan Ketanggungan Dalam Angka 2024," in *BPS*, ed. BPS Kabupaten Brebes, vol. 37 (Brebes, 2024), 1–84.

keuangan digital sebagai solusi bagi masyarakat terpencil untuk dapat mengakses layanan perbankan tanpa harus melakukan perjalanan jauh.

Gambar 1. 4 Lokasi Bank Syariah di Kecamatan Ketanggungan



Sumber: Google Maps

Gambar diatas menunjukan lokasi bank syariah di kecamatan ketanggungan. Namun bank tersebut berada di pusat kecamatan ketanggungan dan saat ini sudah tutup permanen. Saat ini, satu-satunya lembaga keuangan berbasis syariah yang masih beroperasi di wilayah tersebut adalah Danatama Syariah, sebuah BPR Syariah, bukan bank umum syariah. Kondisi ini membuat masyarakat di wilayah Ketanggungan bagian selatan menghadapi kesulitan dalam mengakses layanan perbankan secara langsung, mengingat jarak ke lembaga keuangan tersebut cukup jauh.

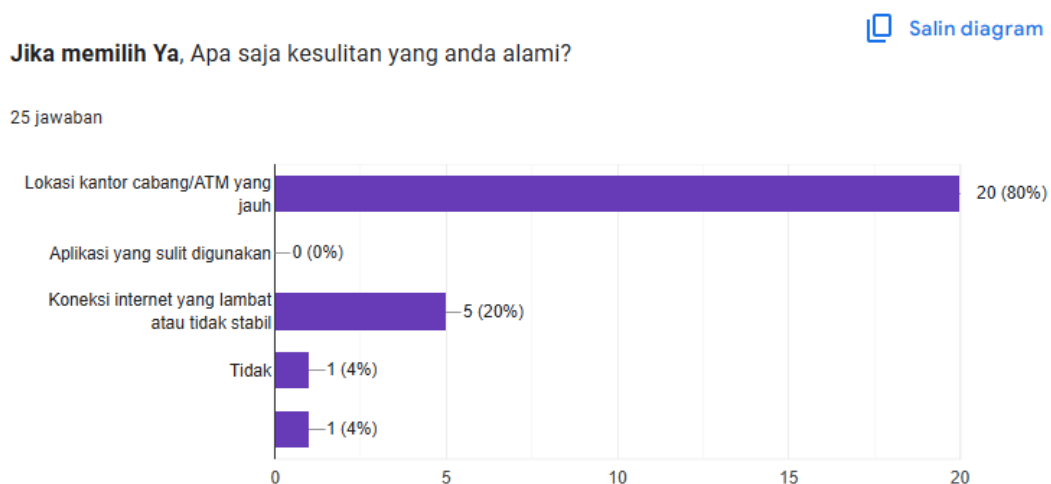
Gambar 1. 5 Jarak Desa ke Kecamatan dan Kabupaten dalam satuan Kilometer (KM)

Desa/Kelurahan Village/Kelurahan	Jarak ke Ibukota Kecamatan Distance to District Capital	Jarak ke Ibukota Kabupaten/ Kota Distance to Regency/Municipal Capital
(1)	(2)	(3)
001. Jemasih	29,7	57,4
002. Ciseureuh	23,7	51,5
003. Sindangjaya	20,4	49,9
004. Pamedaran	18,6	43,1
005. Cikeusal Kidul	16,3	40,4
006. Cikeusal Lor	15,8	40,2
007. Buara	11,8	36,5
008. Karangbandung	7,6	31,8
009. Baros	6,2	32,1
010. Kubangsari	5,3	30,2
011. Kubangwungu	3,3	28,2
012. Tanggungsari	3,6	27,8
013. Dukuhbadag	3,5	27,7
014. Kubangjati	2,8	27,0
015. Karangmalang	1,5	25,7
016. Dukuh Tengah	2,5	24,9
017. Ketanggungan	1,3	24,6
018. Dukuhhuri	1,3	26,2
019. Bulakelor	2,2	21,1
020. Padakaton	1,5	24,8
021. Ciduwet	3,0	23,9

Sumber: bps.go.id

Berdasarkan perbandingan **Gambar 1. 4** dan **Gambar 1. 5**, jarak yang harus ditempuh masyarakat yang tinggal di wilayah ketanggungan bagian selatan bisa mencapai kurang lebih 15 hingga 29 kilometer. Bagi masyarakat yang menginginkan layanan perbankan syariah, jarak ini menjadi kendala yang signifikan. Lokasi bank yang jauh dari pemukiman penduduk membuat akses menjadi sulit dan memakan waktu. Kondisi ini menyebabkan masyarakat enggan atau kesulitan untuk mengakses layanan perbankan secara rutin.

Gambar 1. 6 Diagram Pra-Riset kendala yang dihadapi masyarakat wilayah ketanggungan selatan dalam mengakses perbankan syariah



Sumber : Google Formulir (Data diolah 2025)

Selama ini, masyarakat wilayah ketanggungan selatan mengakses layanan perbankan syariah melalui kantor cabang terdekat yang berada di pusat kecamatan, dan agen-agen yang bekerjasama menyediakan layanan perbankan syariah termasuk alfamart. Namun, setelah melakukan Pra-Riset terhadap 30 masyarakat Kecamatan Ketanggungan Selatan terdapat 25 dari 30 masyarakat yang mengalami kendala. **Gambar 1. 6** menunjukkan bahwa 80% dari masyarakat wilayah Ketanggungan Selatan yang mengalami kendala menganggap jarak yang jauh sebagai kendala utama dalam mengakses layanan perbankan syariah, sementara 20% lainnya menghadapi hambatan akibat koneksi internet yang tidak stabil. Kehadiran gerai Alfamart yang lebih dekat dengan pemukiman warga menawarkan solusi potensial untuk mengatasi masalah akses ini melalui kemitraan dengan perbankan konvensional dan perbankan syariah.

Selain kendala akses, tingkat pemanfaatan layanan perbankan syariah oleh masyarakat Ketanggungan Selatan juga masih terbatas. Berdasarkan hasil pra-riset

terhadap 30 responden, sebanyak 53,3% masyarakat menyatakan pernah menggunakan layanan perbankan syariah, sementara 46,7% lainnya belum pernah sama sekali.

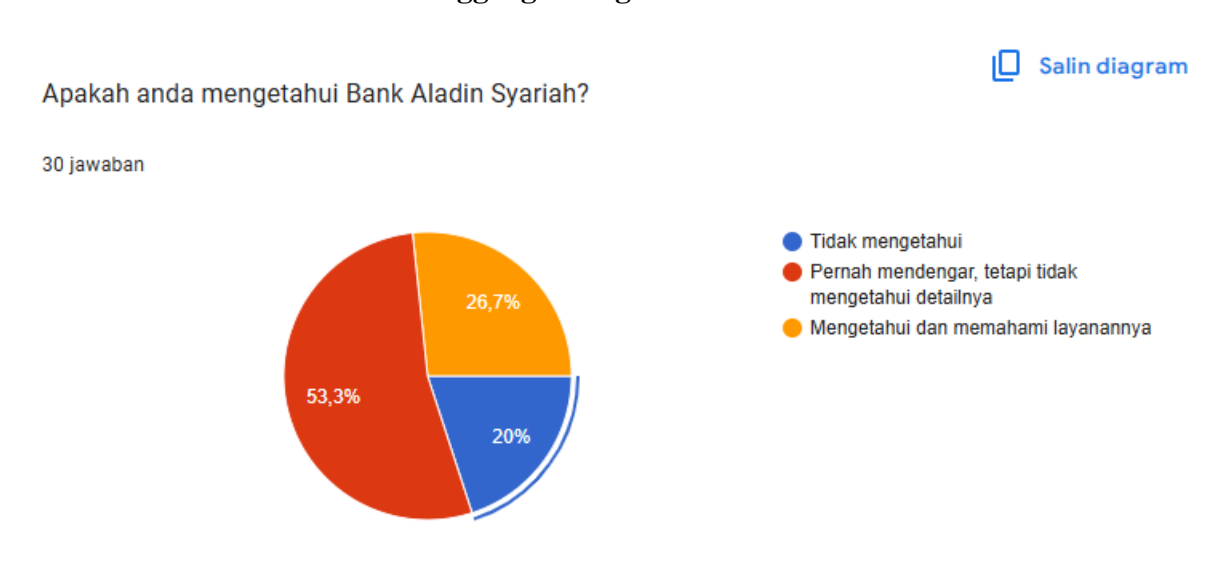
Gambar 1. 7 Hasil Pra-Riset (Tingkat Penggunaan Layanan Perbankan Syariah oleh Masyarakat Ketanggungan Selatan)



Sumber: Data Pra-Riset (Diolah 2025)

Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian masyarakat sudah mengenal dan memanfaatkan layanan perbankan syariah, hampir separuhnya masih belum tersentuh. Salah satu faktor utamanya adalah keterbatasan akses yang telah dijelaskan sebelumnya.

Gambar 1. 8 Hasil Pra-Riset (Popularitas bank aladin pada masyarakat ketanggungan bagian selatan)



Sumber: Data Pra-Riset (Diolah 2025)

Hasil pra-riiset juga memperkuat kondisi tersebut, di mana dari 30 responden, sebanyak 20% menyatakan tidak mengetahui Bank Aladin Syariah, 53,3% hanya pernah

mendengar tetapi tidak mengetahui detailnya, dan hanya 26,7% yang benar-benar mengetahui serta memahami layanannya. Temuan ini menegaskan bahwa kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap perbankan syariah digital masih terbatas. Karena Bank Aladin Syariah relatif baru, tentu belum banyak masyarakat yang mengetahuinya sesuai dengan hasil pra-riset tersebut. Oleh karena itu, Bank Aladin menggencarkan promosi, salah satunya melalui program “Aladin Rezeki”, Mulai tanggal 24 – 31 Mei 2022, pengguna bisa mendapatkan tambahan komisi sebesar Rp10.000 dengan cara mengajak teman membuka rekening Aladin menggunakan kode referral¹⁰. Program ini menjadi bentuk intervensi nyata dari Bank Aladin dalam memperluas basis nasabahnya melalui strategi promosi digital, yakni program referral yang memberikan keuntungan bagi nasabah ketika berhasil mengajak teman atau kerabat untuk membuka rekening dengan menggunakan kode referral. Tidak hanya itu, selalu ada berbagai promo menarik tiap bulannya, mulai dari voucher belanja Alfamart, kode referral berkelanjutan, hingga penawaran deposito¹¹. Melalui strategi ini, Bank Aladin tidak hanya memperluas basis nasabah, tetapi juga sekaligus meningkatkan awareness masyarakat terhadap eksistensi dan layanan yang ditawarkan. Bank Aladin Syariah sejauh ini telah hadir menjadi bank syariah murni digital pertama¹². Bank Aladin Syariah memiliki visi untuk mendorong inklusi keuangan. Untuk mencapai visi tersebut, bank ini terus berinovasi dalam memberikan akses layanan keuangan yang mudah dan terjangkau bagi semua lapisan masyarakat, terutama mereka yang belum terjangkau oleh layanan perbankan konvensional. Perusahaan memilih untuk menggunakan strategi penggabungan antara elemen *online* dan *offline* atau *omnichannel*, serta fokus menggarap pasar ekonomi syariah, secara maksimal dengan menggunakan peranan teknologi.

Pada hari Senin, 27 Juni 2022, Aladin Bank resmi meluncurkan fitur tarik-setor tunai di gerai Alfamart seluruh Indonesia¹³. Langkah ini menjadi terobosan baru dalam industri perbankan syariah yang terus berkembang. Melalui lebih dari 17 ribu jaringan

¹⁰ Evermos, “Aladin Bagi-Bagi Bonus Komisi Lagi: Mulai Tanggal 24-31 Mei 2022 ...,” Post Facebook / Social media post, 2022, https://web.facebook.com/evermos.id/posts/aladin-bagi-bagi-bonus-komisi-lagimulai-tanggal-24-31-mei-2022-kamu-bisa-mendapa/1072985760006724/?_rdc=1&_rd#.

¹¹ PT Bank Aladin Syariah Tbk, “Membangun Pertumbuhan Berkelanjutan Melalui Kolaborasi Inklusivitas (Sustainability Growth Through Collaboration & Inclusivity),” 2023.

¹² Husni Shabri, “Transformasi Digital Industri Perbankan Syariah Indonesia,” *El-Kahfi | Journal of Islamic Economics* 3, no. 02 (2022): 1–7, <https://doi.org/10.58958/elkahfi.v3i02.88>.

¹³ Bank Aladin Syariah <https://pasardana.id/news/2022/6/28/aladin-bank-gandeng-alfamart-luncurkan-fitur-baru-di-seluruhindonesia/#:~:text=Pada%20hari%20Senin%2C%2027%20Juni,perbankan%20syariah%20dengan%20lebih%20mudah>. Diakses 6 juni 2024.

ekosistem Alfamart, masyarakat akan memiliki akses ke layanan perbankan syariah dengan lebih mudah. Layanan ini tidak hanya diperuntukkan bagi pengguna yang sudah terbiasa dengan layanan perbankan, tetapi juga bagi mereka yang baru ingin mengenal dan memanfaatkan layanan keuangan berbasis syariah. Dengan memanfaatkan jaringan gerai retail yang luas sebagai titik layanan, Bank Aladin memberikan solusi yang inovatif melalui fitur layanan digital yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi perbankan seperti tarik dan setor tunai secara langsung di Alfamart. Hal ini menjadi jawaban atas tantangan yang selama ini dihadapi oleh masyarakat yang tinggal di daerah dengan keterbatasan akses perbankan syariah. Dengan hadirnya Bank Aladin di Alfamart, layanan perbankan kini bisa diakses di lokasi-lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat

Tidak hanya meningkatkan aksesibilitas, inovasi ini juga berdampak positif terhadap kualitas layanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat lokal. Kehadiran fitur ini memungkinkan Bank Aladin untuk memberikan layanan yang cepat, efisien, dan sesuai dengan harapan pengguna. Dengan demikian, nasabah dapat merasakan kenyamanan dalam bertransaksi di tempat yang sering mereka kunjungi untuk kebutuhan sehari-hari. Selain itu, kemudahan penggunaan aplikasi digital Bank Aladin di berbagai lokasi ini diharapkan dapat menarik minat masyarakat untuk lebih aktif menggunakan layanan perbankan syariah. Fitur yang *user-friendly* dan intuitif menjadi daya tarik tersendiri bagi pengguna yang mencari kemudahan dalam mengakses layanan keuangan. Dengan tersedianya berbagai fitur dalam satu aplikasi, pengguna dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih fleksibel dan nyaman, sehingga semakin banyak masyarakat yang beralih ke perbankan syariah sebagai solusi keuangan mereka.

Dengan menggabungkan fitur layanan inovatif dan kemitraan strategis ini, Bank Aladin Syariah memperkuat posisinya sebagai penyedia layanan perbankan yang mudah diakses, terpercaya, dan relevan bagi masyarakat di daerah terpencil. Program pemasaran yang berkelanjutan juga diimplementasikan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang berbagai layanan yang ditawarkan, sehingga lebih banyak orang tertarik untuk menggunakan Bank Aladin Syariah sebagai solusi perbankan sehari-hari.

Dalam literatur yang ada mengenai perbankan digital, telah banyak studi yang membahas peran teknologi dan digitalisasi dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan layanan perbankan digital. Hasil Penelitian Rio Arkan Syafiq yang berjudul "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Transparansi, dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Menabung di Aplikasi Bank Aladin Syariah" menunjukkan bahwa

Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Transparansi, dan Promosi memiliki pengaruh positif terhadap minat masyarakat menabung di aplikasi Bank Aladin Syariah¹⁴. Penelitian ini dilakukan di wilayah JABODETABEK (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi).

Penelitian yang dilakukan oleh Rahma Kurnia Salma yang berjudul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Fitur Layanan terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan BSI Mobile” menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan mahasiswa menggunakan BSI Mobile¹⁵. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Heny Agustina yang berjudul “Penggunaan Teknologi Informasi, Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking”¹⁶ menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan juga berpengaruh terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan Internet Banking. Penelitian ini berfokus pada nasabah Bank Mandiri.

Kualitas layanan menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital. Kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan nasabah, sehingga mendorong minat mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut. Kualitas layanan dalam konteks perbankan digital mencakup berbagai aspek, seperti kecepatan pelayanan, kehandalan sistem, keamanan data, dan daya tanggap terhadap keluhan nasabah. Faktor ini menjadi sangat penting karena nasabah yang menggunakan aplikasi perbankan digital tidak hanya menginginkan kemudahan akses, tetapi juga memastikan bahwa layanan yang diberikan dapat diandalkan dan aman.

Sebagai contoh, jika nasabah mengalami gangguan teknis ketika menggunakan aplikasi, seperti kesulitan mengakses fitur pembayaran atau penarikan dana, hal ini dapat menurunkan minat mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut. Namun, jika masalah tersebut diatasi dengan cepat melalui sistem yang responsif dan adanya fitur layanan kontak nasabah yang siap membantu kapan saja, nasabah akan merasa lebih nyaman dan percaya pada layanan yang disediakan. Contoh lain yang relevan adalah dalam aspek keamanan data atau *privacy*. Nasabah akan merasa lebih aman menggunakan aplikasi

¹⁴ Rio Arkan Syafiq, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Transparansi, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Aplikasi Bank Aladin Syariah” 01 (2023): 1–23.

¹⁵ Rahma Kurnia Salma, “PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN BSI MOBILE,” *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* VIII, no. I (2023): 1–19.

¹⁶ Heny Agustina, “Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri),” *Jurnal Manajemen Kinerja* 3, no. 1 (2017): 24–29.

perbankan digital jika ada jaminan bahwa data pribadi mereka terlindungi dengan baik dari ancaman peretasan atau penyalahgunaan informasi. Jika aplikasi menerapkan teknologi enkripsi yang canggih dan memiliki kebijakan privasi yang transparan, hal ini akan meningkatkan kepercayaan nasabah. Perlindungan data nasabah menjadi salah satu faktor utama yang sering diperhitungkan dalam menilai kualitas layanan digital.

Dengan adanya kualitas layanan yang baik, seperti keamanan data, kecepatan transaksi, serta kemampuan perusahaan untuk merespons keluhan nasabah dengan cepat, minat masyarakat untuk terus menggunakan aplikasi perbankan digital akan meningkat. Ini karena mereka merasa bahwa aplikasi tersebut memberikan pengalaman pengguna yang positif serta memenuhi harapan mereka dalam melakukan transaksi keuangan secara aman dan nyaman. Seperti dalam beberapa penelitian yang relevan yang dilakukan oleh Brian Dwi Saputro dan Sukirno yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking” menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan Internet Banking¹⁷. Penelitian ini dilakukan kepada nasabah Bank Mandiri. Penelitian lain yang dilakukan Achmad Fandi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya” menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Minat nasabah menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri¹⁸.

Kurangnya Studi Mendalam tentang Bank Aladin Syariah, terutama dalam konteks digitalisasi layanan dan pengaruhnya terhadap masyarakat, belum banyak dilakukan. Baru terdapat satu penelitian yang mengkaji persepsi masyarakat terhadap persepsi kemudahan, dan fitur layanan yang ditawarkan oleh Bank Aladin. Namun, penelitian tersebut dilakukan pada masyarakat jabodetabek yang relatif mudah untuk mengakses layanan perbankan syariah dan dengan taraf ekonomi yang cenderung tinggi. Hingga saat ini belum terdapat penelitian yang mengkaji Kualitas Layanan Bank Aladin syariah.

Penelitian ini mengaitkan variabel persepsi kemudahan (X1), fitur layanan (X2), dan kualitas layanan(X3) dengan minat masyarakat wilayah Ketanggungan Selatan

¹⁷ Brian Dwi Saputro and Sukirno Sukirno, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking,” *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 2, no. 1 (2013), <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1647>.

¹⁸ Achmad Fandi, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya,” *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 3 (2019): 110–17, <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/>.

terhadap bank Aladin syariah. Penelitian ini penting untuk mengisi kekosongan dalam literatur tentang perbankan syariah digital di daerah terpencil yang belum banyak terjangkau layanan perbankan syariah.

Gambar 1.9 Diagram Pra-Riset Pengaruh Minat menggunakan Layanan Perbankan Syariah



Sumber: Google form

Berdasarkan hasil pra-riset yang dilakukan terhadap 30 masyarakat di wilayah Ketanggungan Selatan, faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan syariah secara berurutan adalah keamanan, kemudahan, fitur layanan, kualitas layanan, dan promosi. Namun, dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah kemudahan (X1), fitur layanan (X2), dan kualitas layanan (X3). Pemilihan variabel-variabel tersebut didasarkan pada beberapa pertimbangan teoritis dan praktis.

Kemudahan dipilih sebagai variabel pertama (X1) karena merupakan faktor utama yang relevan dengan hasil pra-riset serta teori yang digunakan, yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM). Dalam teori tersebut, kemudahan menjadi salah satu variabel kunci yang memengaruhi penerimaan teknologi oleh masyarakat. Dalam konteks Bank Aladin Syariah, aspek kemudahan terlihat dari berbagai fitur seperti pembukaan rekening secara online, transaksi yang praktis tanpa harus ke kantor cabang, dan antarmuka aplikasi yang dirancang user-friendly. Faktor ini memberikan kenyamanan dan efisiensi kepada pengguna.

Fitur layanan dijadikan variabel kedua (X2) karena mencerminkan nilai tambah yang ditawarkan oleh Bank Aladin. Beberapa fitur unggulan, seperti pembayaran tagihan,

layanan zakat, dan wakaf digital, memberikan kemudahan dan variasi fungsi yang membedakan Bank Aladin dari layanan perbankan konvensional. Fitur yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat ini berperan besar dalam menarik minat pengguna untuk menggunakan layanan perbankan syariah.

Kualitas layanan menjadi variabel ketiga (X3) karena mengacu pada pengalaman pengguna secara keseluruhan, termasuk aspek keamanan yang menjadi perhatian utama masyarakat. Keamanan data, keandalan sistem, serta responsivitas layanan merupakan indikator penting dalam kualitas layanan. Faktor ini tidak hanya memberikan rasa aman, tetapi juga membangun kepercayaan pengguna terhadap Bank Aladin. Adapun faktor promosi tidak dimasukkan sebagai variabel dalam penelitian ini karena sifatnya yang lebih temporer. Meskipun promosi dapat menarik perhatian awal, kemudahan, fitur layanan, dan kualitas layanan memiliki pengaruh jangka panjang yang lebih signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

Karena beberapa permasalahan yang telah disebutkan di atas, serta minimnya penelitian yang mendalam terkait topik ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan Bank Aladin Syariah (Studi Kasus di Wilayah Ketanggungan Selatan Kabupaten Brebes)."**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan Bank Aladin Syariah pada masyarakat di wilayah Ketanggungan Selatan?
2. Apakah fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan Bank Aladin Syariah pada masyarakat di wilayah Ketanggungan Selatan?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan Bank Aladin Syariah pada masyarakat di wilayah Ketanggungan Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat masyarakat di wilayah Ketanggungan Selatan menggunakan Bank Aladin Syariah.
2. Mengetahui pengaruh fitur layanan terhadap minat masyarakat di wilayah Ketanggungan Selatan menggunakan Bank Aladin Syariah.
3. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat masyarakat di wilayah Ketanggungan Selatan menggunakan Bank Aladin Syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dalam hal kepentingan ilmiah, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna bagi ilmu pengetahuan intelektual dibidang perbankan syariah.
 - b. Dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan acuan bagi peneliti yang akan mengadakan penelitian secara mendalam terhadap permasalahan yang serupa di periode yang akan datang.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Industri perbankan secara umum, Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan kualitas layanan, mendorong inovasi produk, dan merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif.
 - b. Bagi Pengembang teknologi perbankan, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pengembang teknologi perbankan dalam merancang dan mengembangkan fitur-fitur layanan digital yang lebih sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat dan kepuasan nasabah, pengembang teknologi dapat menciptakan solusi inovatif yang meningkatkan efisiensi, keamanan, dan kenyamanan dalam penggunaan layanan perbankan digital.
 - c. Bagi Bank Aladin, penelitian ini dapat menjadi panduan untuk mengoptimalkan kemitraan dan Kualitas Layanan mereka dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan Bank Aladin Syariah.
 - d. Penelitian ini juga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat, terutama di daerah terpencil, akan pentingnya akses terhadap layanan perbankan dan manfaat dari kemitraan antara bank dan ritel.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini dijelaskan tentang latar belakang mengapa memilih penelitian ini, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan disajikan tinjauan literatur yang relevan terkait dengan topik penelitian, termasuk kajian teori, penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran yang digunakan.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan desain penelitian yang digunakan, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan uji validitas serta reliabilitas (jika relevan).

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

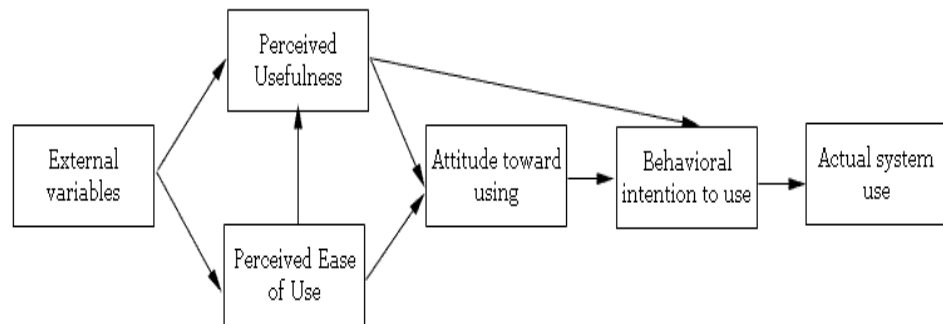
2.1.1.1 Definisi *Technology Acceptance Model (TAM)*

Model TAM telah banyak digunakan dalam penelitian untuk menguji penerimaan dari sebuah teknologi. Menurut Shbiel & Ahmad, *Technology Acceptance Model (TAM)* pertama kali dikenalkan oleh Davis pada tahun 1986, model ini menjelaskan tentang penerimaan sistem teknologi informasi yang bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang faktor yang berpengaruh terhadap penitimaan suatu sistem teknologi.¹⁹

2.1.1.2 Konstruk *Technology Acceptance Model (TAM)*

Model TAM mempunyai 5 konstruk utama yaitu: Persepsi kegunaan (*Usefull*), Perceived Kemudahan Penggunaan (*Ease of use*), dan Sikap terhadap penggunaan teknologi (*Attitude*), Niat perilaku untuk menggunakan (*Intention*), dan Penggunaan Teknologi Aktual (*Actual System User*)²⁰.

Gambar 2.1 Konstruk Utama *Technology Acceptance Model*



Sumber : *Technology Acceptance Model from Davis, Bagozzi et
Warshaw (1989)*

¹⁹ Heni Sukmawati et al., “Penerimaan Dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi *Technology Acceptance Model*,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 03 (2021): 1845–57, <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3615>.

²⁰ Syafiq, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Transparansi, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Aplikasi Bank Aladin Syariah.”

1) *Perceived Usefulness* (Persepsi Manfaat)

Menurut Davis *Perceived usefulness* adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya.²¹ Hal ini berarti, apabila seseorang merasa bahwa teknologi tersebut bermanfaat dan dapat mempermudah atau mempercepat pekerjaan mereka, maka mereka akan lebih cenderung untuk menggunakannya.

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

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) adalah keyakinan individu bahwa menggunakan suatu sistem atau teknologi akan bebas dari usaha atau kesulitan²². Dengan kata lain *Perceived Ease Of Use* adalah seberapa besar pengguna merasa bahwa teknologi tersebut mudah digunakan. Semakin tinggi persepsi kemudahan, maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut, karena mereka merasa tidak perlu menghadapi hambatan atau kerumitan saat menggunakannya.

3) *Attitude Toward Using* (Sikap Terhadap Penggunaan)

Attitude Toward Using merupakan sikap atau perasaan seseorang terhadap penggunaan teknologi. Sikap ini mempengaruhi keputusan individu untuk menggunakan atau tidak menggunakan teknologi tertentu. Jika seseorang memiliki sikap positif terhadap teknologi, kemungkinan besar mereka akan lebih terbuka dan cenderung menggunakannya. Sebaliknya, sikap negatif dapat menjadi penghalang adopsi teknologi.

4) *Behavioral Intention* (Niat Berperilaku)

Behavioral intention atau minat perilaku merupakan suatu niat, keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau

²¹ Ursila Imro'atu Wakhida and Sanaji Sanaji, "Peran Perceived Usefulness Dan Perceived Risk Sebagai Variabel Pemediasi Pada Pengaruh Perceived Ease of Use Dan E-WOM Negatif Terhadap Niat Pembelian Para Pengguna Aplikasi Layanan Kesehatan Halodoc," *Jurnal Ilmu Manajemen* 8, no. 4 (2020): 1158, <https://doi.org/10.26740/jim.v8n4.p1158-1174>.

²² Fred D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989): 319–39, <https://doi.org/10.2307/249008>.

perilaku tertentu²³. Seseorang dapat melakukan suatu perilaku atau tindakan tertentu jika memiliki niat, keinginan (minat) untuk melakukan perilaku tersebut. Dengan kata lain *Behavioral Intention* merupakan niat seseorang untuk menggunakan teknologi dalam waktu dekat.

5) *Actual System Usage* (Penggunaan Nyata)

Menurut Davis, *Actual system usage* merupakan bentuk respon psikomotor eksternal yang dapat diukur dari seorang dengan penggunaan nyata²⁴. Dengan kata lain *Actual Use* merupakan penggunaan nyata dari teknologi yang diadopsi.

2.1.2 Perilaku Konsumen

2.1.2.1 Definisi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan serta proses psikologis konsumen yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa, serta setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi²⁵. Perilaku konsumen adalah proses yang terkait saat seseorang memilih, menggunakan, dan mengatur ide, jasa, atau produk untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan²⁶. James F. Angel berpendapat bahwa Perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses

²³ Rena Eka Setyawati, "PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION TO USE DENGAN ATTITUDE TOWARDS USING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING," *Jurnal Ekobis Dewantara* 3, no. 1 (2020): 39–51.

²⁴ Elok Irianing Tyas et al., "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi Dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta Da" 1, no. 1 (2019): 25–35.

²⁵ Maria Fatima B. Beribe Jefri Putri Nugraha, Dian Alfiah, Gairah Sinulingga, Umi Rojiati, Gazi Saloom, Rosmawati, Fathihani, Renè Johannes, Kristia, Mail Hilian Batin, Widya Jati Lestari, Husnil Khatimah, *TEORI PERILAKU KONSUMEN*, ed. M.T Ahmad Jibril, S.T. (Pekalongan Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management, 2021).

²⁶ Fahrul Rozi and Mohammad Ziyad, "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN," *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan* 3, no. 2 (2019): 92–102, <http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk>.

pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut²⁷.

2.1.2.2 Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen²⁸:

1. Faktor Budaya

Faktor budaya merupakan salah satu pengaruh terbesar dalam membentuk perilaku konsumen²⁹. Budaya mencakup nilai-nilai, keyakinan, norma, dan kebiasaan yang berlaku dalam masyarakat, serta mempengaruhi cara pandang seseorang terhadap produk atau layanan tertentu. Dalam konteks perbankan syariah, nilai-nilai budaya yang melekat pada syariat Islam, seperti pentingnya menghindari riba dan menjalankan transaksi secara halal, menjadi faktor penting yang dapat mendorong minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi Bank Aladin Syariah. Produk perbankan digital yang sesuai dengan prinsip syariah memiliki daya tarik tersendiri di masyarakat yang religius.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial meliputi pengaruh dari keluarga, teman, kelompok referensi, serta status sosial seseorang³⁰. Dukungan sosial dan interaksi dengan lingkungan dapat memengaruhi perilaku seseorang dalam memilih produk perbankan. Jika seseorang melihat bahwa orang di sekitarnya, seperti keluarga atau teman, telah menggunakan aplikasi Bank Aladin Syariah, mereka mungkin juga akan terdorong untuk mengadopsinya. Kelompok sosial dapat membentuk persepsi positif terhadap suatu layanan digital, terutama jika didukung dengan pengalaman baik dari pengguna lain.

3. Faktor Pribadi

²⁷ Kurniati, "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam," *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 6, no. 1 (2016): 45–52, <http://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/387>.

²⁸ Jefri Putri Nugraha, Dian Alfiah, Gairah Sinulingga, Umi Rojiati, Gazi Saloom, Rosmawati, Fathihani, Renè Johannes, Kristia, Mail Hilian Batin, Widya Jati Lestari, Husnil Khatimah, *TEORI PERILAKU KONSUMEN*.

²⁹ Jefri Putri Nugraha, Dian Alfiah, Gairah Sinulingga, Umi Rojiati, Gazi Saloom, Rosmawati, Fathihani, Renè Johannes, Kristia, Mail Hilian Batin, Widya Jati Lestari, Husnil Khatimah, *TEORI PERILAKU KONSUMEN*.

³⁰ Jefri Putri Nugraha, Dian Alfiah, Gairah Sinulingga, Umi Rojiati, Gazi Saloom, Rosmawati, Fathihani, Renè Johannes, Kristia, Mail Hilian Batin, Widya Jati Lestari, Husnil Khatimah, *TEORI PERILAKU KONSUMEN*.

Manusia memerlukan barang dan jasa sepanjang hidupnya³¹. Perilaku ini berubah-ubah sesuai perkembangan siklus keluarga. Para pemasar sering menetapkan pasar sasarannya berupa kelompok-kelompok dari tahap kehidupan tertentu dan mengembangkan produk dan rencana pemasaran yang tepat bagi kelompok tersebut. Faktor pribadi mencakup pekerjaan, kondisi keuangan seseorang, gaya hidup, kepribadian.

Pekerjaan dapat mempengaruhi jenis konsumsi seseorang³². Manajer pemasaran perlu mengidentifikasi kebutuhan keluarga sesuai dengan pekerjaan, kemudian dapat mengkhususkan produk dan jasa tertentu untuk kelompok pekerjaan tertentu. Misalnya, seseorang yang bekerja di sektor profesional mungkin memerlukan produk atau layanan berbeda dibandingkan dengan orang yang bekerja di sektor manufaktur atau jasa. Dengan mengidentifikasi kebutuhan khusus berdasarkan pekerjaan, manajer pemasaran dapat menciptakan penawaran yang lebih relevan, seperti paket produk atau jasa yang disesuaikan untuk segmen pekerjaan tertentu. Ini juga dapat melibatkan strategi pemasaran yang menargetkan kelompok pekerjaan tertentu, misalnya, produk premium untuk profesional atau produk yang lebih hemat bagi pekerja dengan pendapatan terbatas. Tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan spesifik konsumen berdasarkan pekerjaan mereka, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan membangun loyalitas.

Kondisi Keuangan seseorang, Keadaan ekonomi yang mempengaruhi pilihan produk meliputi: pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan, hutang, kekuatan untuk meminjam dan pendirian terhadap belanja dan menabung³³. Pertama, Pendapatan yang Dapat Dibelanjakan (*Disposable Income*), Ini adalah pendapatan yang tersisa setelah dikurangi pajak dan pengeluaran dasar, yang dapat digunakan untuk membeli barang dan jasa³⁴. Semakin tinggi

³¹ Kumiati, "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam."

³² Kumiati, "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam.."

³³ Kumiati, "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam.."

³⁴ Kumiati, "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam.."

pendapatan yang dapat dibelanjakan, semakin besar kebebasan konsumen dalam memilih produk. Nasabah dengan pendapatan lebih besar mungkin tertarik pada produk bank digital syariah yang menawarkan layanan investasi syariah, seperti deposito mudharabah atau reksadana syariah. Mereka yang memiliki pendapatan terbatas mungkin lebih fokus pada tabungan digital yang bebas biaya administrasi.

Kedua yaitu Tabungan, Tingkat tabungan memengaruhi kemampuan konsumen untuk membeli produk-produk yang lebih mahal atau menginvestasikan dana mereka untuk keperluan jangka panjang³⁵. Orang dengan kebiasaan menabung yang baik cenderung lebih berhati-hati dalam melakukan pembelian impulsif. Layanan bank digital syariah yang menawarkan kemudahan menabung tanpa riba menjadi pilihan bagi nasabah yang ingin menabung dengan tetap mematuhi prinsip syariah. Ketiga hutang, Jumlah hutang yang dimiliki seseorang juga mempengaruhi kebebasan mereka dalam memilih produk³⁶. Seseorang dengan tingkat hutang tinggi mungkin membatasi pengeluaran mereka, mengutamakan pembayaran hutang terlebih dahulu.

Keempat Kemampuan untuk mendapatkan kredit atau pinjaman juga memengaruhi pilihan produk, terutama untuk pembelian besar seperti rumah, kendaraan, atau produk elektronik mahal³⁷. Konsumen yang memiliki akses mudah ke kredit mungkin lebih bersedia membeli produk mahal. Kelima Pendirian terhadap Belanja dan Menabung. Sikap seseorang terhadap konsumsi dan penghematan berperan dalam keputusan pembelian mereka. Sebagian orang lebih cenderung membelanjakan pendapatan mereka untuk pengalaman dan kenyamanan, sementara yang lain mungkin lebih memilih untuk menabung demi masa depan.

³⁵ Kumiati, "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam..

³⁶ Kumiati, "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam..

³⁷ Kumiati, "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam..

Gaya hidup, Gaya hidup seseorang dapat ditangkap dari kegiatan yang diikuti, minat dan pendapat seseorang³⁸. Gaya hidup seseorang mencerminkan bagaimana mereka menjalani kehidupan sehari-hari, dan ini dapat diidentifikasi melalui berbagai aspek seperti kegiatan yang diikuti, minat, dan pendapat. Ketiga elemen ini memberikan wawasan mendalam tentang preferensi dan pilihan konsumsi seseorang.

Kepribadian merupakan suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya³⁹. Kepribadian konsumen sangat dipengaruhi oleh pengaruh internal dirinya (motif, IQ, emosi, cara berpikir dan persepsi) dan faktor eksternal dirinya (lingkungan fisik, keluarga, masyarakat, sekolah, lingkungan alam). Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan dalam membeli.

Faktor-faktor ini secara langsung memengaruhi preferensi konsumen dalam menggunakan produk perbankan. Contohnya, seseorang dengan gaya hidup modern dan berteknologi cenderung lebih tertarik untuk menggunakan aplikasi perbankan digital. Selain itu, status keuangan seseorang juga dapat memengaruhi minat mereka dalam menabung atau menggunakan layanan perbankan syariah, terutama jika aplikasi tersebut menawarkan kemudahan akses dan keamanan data.

2.1.2.3 Perilaku Konsumen dalam perspektif Islam

Teori perilaku konsumen yang dibangun berdasar syariat Islam, memiliki perbedaan yang mendasar dengan teori konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi fondasi, motif dan tujuan konsumsi, hingga teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk berkonsumsi. Ada tiga nilai dasar yang menjadi fondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim⁴⁰, yaitu: 1) keyakinan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, prinsip ini mengarahkan seorang konsumen

³⁸ Kumiati, "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam."

³⁹ Kumiati, "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam."

⁴⁰ Sri Wigati, "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam* 01, no. 01 (2011): 18.

untuk mengutamakan konsumsi untuk akhirat daripada dunia. Mengutamakan konsumsi untuk ibadah daripada konsumsi duniawi. 2) konsep sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebajikan, kebenaran dan ketaqwaan kepada Allah SWT. merupakan kunci moralitas Islam. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan dan menjauhkan diri dari kejahatan; 3) kedudukan harta adalah merupakan anugrah Allah SWT. dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus dijauhi secara berlebihan). Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup, jika diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar sebagaimana al-Qur'an Surat al-Baqarah ayat 262:

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ثُمَّ لَا يُتَّبِعُونَ مَا أَنْفَقُوا مَنًّا وَلَا أَذًى لَهُمْ

أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ

“Orang-orang yang menginfakkan harta mereka di jalan Allah, kemudian tidak mengiringi apa yang mereka infakkan itu dengan menyebut-nyebutnya dan menyakiti (perasaan penerima), bagi mereka pahala di sisi Tuhan mereka. Tidak ada rasa takut pada mereka dan mereka tidak bersedih.”

Menurut Quraish Shihab dalam *Tafsir Al-Misbah*, ayat ini menjelaskan salah satu sisi dari cara menafkahkan harta yang direstui Allah swt. dan yang diperintahkan-Nya⁴¹. Yaitu dengan ikhlas dengan tidak menyebut nyebut pemberiannya dihadapan orang yang diberi agar tidak menyakiti hati si penerima dan Ayat ini juga memberikan janji kepada orang-orang yang bersedekah dengan tulus, yaitu pahala di sisi Allah, serta ketenangan hati di dunia dan akhirat.

⁴¹ Shihab Quraish, “Tafsir Al-Misbah Jilid 1,” *Analytical Biochemistry* 11, no. 1 (2002): 561.

Hadis juga menegaskan pentingnya penggunaan harta secara baik, sebagaimana diriwayatkan Imam Muslim (204 H/820 M-261 H/875 M)⁴²:

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ عَنْ مَالِكِ بْنِ أَنَسٍ فِيمَا قُرِيَ عَلَيْهِ عَنْ نَافِعٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ وَهُوَ عَلَى الْمِنْبَرِ وَهُوَ يَذْكُرُ الصَّدَقَةَ وَالتَّعَفُّفَ عَنِ الْمَسْأَلَةِ الْيَدِ الْعُلْيَا خَيْرٌ مِنَ الْيَدِ السُّفْلَى وَالْيَدِ الْعُلْيَا الْمُنْفَعَةُ وَالسُّفْلَى السَّائِلَةُ.

Artinya: “ Telah menceritakan kepada kami Qutaibah bin Sa’id dari Mālik bin Anas sebagaimana yang telah dibacakan kepadanya- dari Nāfi’ dari Abdullah bin ‘Umar bahwa Rasulullah saw bersabda di atas mimbar, beliau menyebut tentang sedekah dan menahan diri dari meminta-minta. Sabda beliau: Tangan yang di atas lebih baik daripada tangan yang dibawah. Tangan di atas adalah tangan pemberi sementara tangan yang di bawah adalah tangan peminta-minta “

Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah swt⁴³. Menurut Manan dalam Sri Wigati, selain dengan adanya tiga fondasi dasar diatas, masih terdapat lima prinsip konsumsi dalam Islam yaitu⁴⁴: pertama, prinsip keadilan. Prinsip ini mengandung arti ganda mengenai mencari rizki yang halal dan tidak dilarang hukum. Firman Allah SWT. Dalam al-Qur’an surat An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

⁴² Hakim Martua, Riska Imelda, and Fatimah Zahara, “Perilaku Konsumen Menurut Hadits Rasulullah Saw” 02, no. 01 (2024): 755–60.

⁴³ Syarifah Fatimah et al., “Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 01 (2023): 1204–12.

⁴⁴ Wigati, “Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Ekonomi Islam.”

Menurut Quraish Shihab dalam *Tafsir Al-Misbah*, Surah An-Nisa ayat 29 menekankan pentingnya menjaga keadilan dalam interaksi sosial, khususnya terkait harta dan kehidupan⁴⁵. Ayat ini melarang tindakan "memakan harta sesama dengan jalan batil," yang mencakup semua cara yang tidak sah menurut syariat, seperti penipuan, riba, korupsi, dan pencurian. Sebagai gantinya, Islam menganjurkan perolehan harta melalui perniagaan yang didasarkan pada prinsip suka sama suka (*tarādlin*) tanpa ada unsur paksaan atau tipu daya.

Di sisi lain, keadilan berarti memberikan sesuatu sesuai dengan haknya dan menempatkan segala sesuatu pada tempatnya, tanpa melanggar batas yang telah ditentukan oleh syariat. Hal ini juga mencakup menghindari hal-hal yang dilarang oleh syariat. Firman Allah SWT. dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 173⁴⁶:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ

غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

“Sesungguhnya Dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Akan tetapi, siapa yang terpaksa (memakannya), bukan karena menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

Menurut Quraish Shihab dalam *Tafsir Al-Misbah*, Surah Al-Baqarah ayat 173 menjelaskan jenis-jenis makanan yang diharamkan, yaitu bangkai, darah, daging babi, dan hewan yang disembelih dengan menyebut nama selain Allah⁴⁷. Larangan ini ditetapkan untuk menjaga kesucian spiritual dan kesehatan manusia. Namun, dalam keadaan darurat, seperti saat kelaparan yang mengancam nyawa, Allah memberikan keringanan untuk

⁴⁵ M. QURAISH SHIHAB, “Tafsir Al-Misbah Jilid 2,” 2002.

⁴⁶ Wigati, “Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Ekonomi Islam.”

⁴⁷ Shihab Quraish, “Tafsir Al-Misbah Jilid 1.”

mengonsumsi makanan yang diharamkan dengan syarat tidak dilakukan karena keinginan atau melampaui batas kebutuhan.

Kedua, prinsip kebersihan. Maksudnya adalah bahwa makanan harus baik dan cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera. Ketiga, prinsip kesederhanaan. Prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makan dan minuman yang tidak berlebihan. Firman Allah SWT. dalam al-Qur'an surat al-A'raf ayat 31⁴⁸:

﴿يَبْنَى آءَمَ خُءُوا زَيْتَكُم مِّنَ كُلِّ مَسْءِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا

يُءِبُّ الْمُسْرِفِينَ

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

Dalam tafsir *Al-Misbah*, Quraish Shihab menjelaskan bahwa ayat ini mengajarkan pentingnya moderasi dalam kehidupan, terutama dalam hal konsumsi makanan dan minuman⁴⁹. Allah memperbolehkan umat-Nya untuk menikmati rezeki yang diberikan, namun Dia tidak menyukai orang yang berlebihan, baik dalam hal makanan, minuman, maupun kenikmatan duniawi lainnya. Prinsip kesederhanaan ini mencerminkan keseimbangan yang diajarkan Islam, di mana umat diajak untuk menghindari kemewahan yang dapat menjauhkan mereka dari tujuan spiritual dan kesejahteraan tubuh. Prinsip kesederhanaan juga dijelaskan dalam hadits nabi:

الْمُقَدَّامُ بِنِ مَعْدِي كَرِبَ الْكِنْدِي قَالِ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ مَا مَلَأَ

بِنِ آءَمَ وَءَاءَ شَرًّا مِّنْ بَطْنِ حَسْبِ بِنِ آءَمَ أَكَلَاتِ يُقْمِنُ صُلْبَهُ فَاِنْ كَانَ لَا مَخَالَءَ فَنَلْتُ

طَعَامٍ وَنَلْتُ شَرَابٍ وَنَلْتُ لِنَفْسِيهِ رَوَاهُ أَحْمَدُ وَالتِّرْمِذِيُّ وَصَحَّحَهُ الْإِبْرَاهِيمِيُّ

⁴⁸ Wigati, “Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Ekonomi Islam.”

⁴⁹ Muhammad Quraish Shihab, “Tafsir Al Mishbah Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an Vol 5 Surah Al-A'raf, Al-Anfal Dan Surah At-Taubah,” *Tafsir Al-Misbah Vol.5* 5 (2002): 1–784, <https://shorturl.at/lny37>.

Artinya: “Sahabat Al Miqdan bin Ma’dykareb Al Kindi mengisahkan: Aku pernah mendengar Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda: Tidaklah seorang anak Adam memenuhi suatu kantung yang lebih buruk dibanding perutnya. Bila tidak ada pilihan, maka cukuplah baginya sepertiga dari perutnya untuk makanan, sepertiga lainnya untuk minuman dan sepertiga lainnya untuk nafasnya.” Riwayat Ahmad, At Tirmizy, An Nasai dan oleh Al Albani dinyatakan sebagai hadits shahih.

Konsumsi dalam ekonomi Islam dapat didefinisikan dengan makan-makanan yang baik, halal dan bermanfaat bagi manusia, pemanfaatan segala anugerah Allah swt di muka kenikmatan yang diciptakan Allah untuk manusia adalah wujud ketaatannya⁵⁰. Namun terminologi ini tidak berarti seorang konsumen dapat mengonsumsi segala barang yang dikehendaki, tanpa memperhatikan kualitas dan kemurniannya, atau mengonsumsi sebanyak-banyaknya tanpa memperhatikan hak-hak orang lain yang ada di dalamnya. Selain itu, ada juga hadits yang memerintahkan kita untuk tidak boros.

وَعَنْ عَمْرِو بْنِ شُعَيْبٍ، عَنْ أَبِيهِ، عَنْ جَدِّهِ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ -
صلى الله عليه وسلم - - كُلْ، وَاشْرَبْ، وَالْبَسْ، وَتَصَدَّقْ فِي غَيْرِ
سَرَفٍ، وَلَا مَخِيلَةَ - أَخْرَجَهُ أَبُو دَاوُدَ، وَأَحْمَدُ، وَعَلَّقَهُ الْبُخَارِيُّ.

Artinya: “Dari Amr bin Sya’ab dari bapaknya dari kakeknya ia berkata: Rasulullah saw bersanda: makanlah, minumlah, berpakaianlah dan bersedekahlah dengan tidak berlebih-lebihan dan menyombongkan diri.” (HR. Abu Daud dan Ahmad).

Tidak boros merupakan salah satu prinsip pokok dalam konsumsi⁵¹. Islam mengajarkan agar dalam konsumsi, konsumen Muslim mengedepankan kesederhanaan, yakni menganjurkan agar konsumsi sampai tingkat minimum (standar) sehingga bisa mengekang bahwa nafsu dan keinginan yang berlebihan. Konsumsi yang berlebihan adalah perbuatan keji karena termasuk pemborosan. Islam menganjurkan konsumsi yang dilakukan seimbang, tidak terlalu kikir dan tidak berlebihan. Kikir dapat

⁵⁰ Martua, Imelda, and Zahara, “Perilaku Konsumen Menurut Hadits Rasulullah Saw.”

⁵¹ Martua, Imelda, and Zahara, “Perilaku Konsumen Menurut Hadits Rasulullah Saw.”

diartikan ketika seseorang tidak mengonsumsi harta yang dimiliki untuk diri dan keluarganya sesuai dengan kebutuhan yang seharusnya. Hadits lain juga memerintahkan kita untuk tidak hidup bermewah mewahan:

15 - وَعَنْ أُمِّ سَلَمَةَ - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا - قَالَتْ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - «الَّذِي يَشْرَبُ فِي إِنَاءِ الْفِضَّةِ إِنَّمَا يُجْرَجُ فِي بَطْنِهِ نَارَ جَهَنَّمَ» مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ.

Artinya: “Dari Ummu Salamah RA ia berkata, Rasulullah SAW bersabda, “Sesungguhnya orang yang minum dalam bejana perak, dia telah memasukkan api jahannam ke dalam perutnya.” (muttafaq ‘alayh).

Allah swt sangat membenci orang yang berlebih-lebihan⁵². Seseorang yang belanja dengan israf, tanpa skala prioritas masalah, sehingga lebih besar spending-nya dari penghasilannya akan mendatangkan bencana bagi diri dan keluarganya. Dia akan terjerat hutang yang berkepanjangan atau kesulitan hidup masa depan. Islam juga mengingatkan manusia untuk berinfak ketika penghasilannya melebihi kebutuhan.

Keempat, prinsip kemurahan Hati. Dengan mentaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan dan meminum makanan halal yang disediakan Tuhannya, seperti Firman Allah SWT. dalam a-Qur’an surat Al-Maidah ayat 96⁵³:

أَحَلَّ لَكُمْ صَيْدَ الْبَحْرِ وَطَعَامَهُ مَتَاعًا لَكُمْ وَلِلسَّيَّارَةِ وَحُرِّمَ عَلَيْكُمْ صَيْدَ الْبَرِّ
مَا دُمْتُمْ حُرْمًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ

“Dihalalkan bagi kamu hewan buruan laut dan makanan (yang berasal dari) laut sebagai kesenangan bagimu, dan bagi orang-orang yang dalam perjalanan; dan diharamkan atasmu (menangkap) hewan buruan darat selama kamu dalam keadaan ihram. Bertakwalah kepada Allah yang

⁵² Martua, Imelda, and Zahara, “Perilaku Konsumen Menurut Hadits Rasulullah Saw.”.

⁵³ Wigati, “Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Ekonomi Islam.”

hanya kepada-Nya kamu akan dikumpulkan. Termasuk dalam pengertian laut di sini adalah sungai, danau, kolam, dan sebagainya.”

Dalam *Tafsir Al-Misbah*, Quraish Shihab menjelaskan bahwa Surah Al-Ma'idah ayat 96 menegaskan prinsip kemurahan hati Allah dalam menyediakan rezeki bagi umat-Nya⁵⁴. Allah menghalalkan bagi umat Islam untuk menikmati berbagai makanan halal yang terdapat di bumi, seperti ikan dan makanan laut, sebagai bentuk kasih sayang dan kemurahan-Nya.

Kelima, prinsip moralitas. Seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah SWT. sebelum makan dan menyatakan terimakasih setelah makan⁵⁵.

2.1.3 Persepsi Kemudahan

2.1.3.1 Definisi Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) adalah keyakinan individu bahwa menggunakan suatu sistem atau teknologi akan bebas dari usaha atau kesulitan⁵⁶. Konsep ini pertama kali diperkenalkan dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan memengaruhi sikap pengguna terhadap teknologi dan pada akhirnya minat untuk menggunakannya. Semakin mudah teknologi digunakan, semakin besar kemungkinan seseorang untuk mengadopsinya⁵⁷.

Persepsi kemudahan menjadi salah satu faktor penentu utama dalam penerimaan teknologi. Menurut Davis, seseorang cenderung lebih menyukai teknologi yang dianggap sederhana dan tidak memerlukan banyak usaha untuk dipelajari atau digunakan⁵⁸. Dalam TAM, persepsi kemudahan berhubungan langsung dengan *perceived usefulness* atau persepsi kegunaan. Semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin bermanfaat teknologi tersebut dirasakan oleh pengguna⁵⁹. Kedua variabel

⁵⁴ M Quraish Shihab, “Al-Misbah: Pesan, Kesan, Dan Keserasian Al-Qur’an,” V 15 (2009): 203.

⁵⁵ Imadudin Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*, 181-182.

⁵⁶ Davis, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.”

⁵⁷ Davis.

⁵⁸ Davis.

⁵⁹ Davis.

ini bekerja bersama-sama untuk memengaruhi minat seseorang dalam mengadopsi teknologi.

Dalam konteks perbankan digital syariah, seperti Bank Aladin Syariah, persepsi kemudahan adalah salah satu aspek yang sangat penting untuk meningkatkan minat masyarakat, terutama di daerah terpencil seperti wilayah Ketanggungan Selatan. Masyarakat yang mungkin tidak terbiasa dengan teknologi digital perlu merasa bahwa layanan tersebut mudah dipahami dan diakses. Pengguna akan lebih tertarik untuk menggunakan aplikasi perbankan digital jika mereka merasa bahwa prosesnya sederhana, mulai dari pendaftaran hingga melakukan transaksi sehari-hari, seperti transfer, pembayaran, atau tarik-tunai.

Persepsi kemudahan terlihat dari fitur-fitur yang memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Misalnya, aplikasi memiliki antarmuka yang sederhana dan navigasi yang jelas, sehingga pengguna bisa dengan mudah memahami cara menggunakan fitur-fitur penting seperti cek saldo, transfer uang, atau pembayaran tagihan tanpa perlu panduan yang rumit. Jika nasabah dapat dengan cepat melakukan transaksi perbankan tanpa mengalami kebingungan, mereka cenderung akan lebih sering menggunakan aplikasi tersebut. Misalnya, fitur QRIS untuk pembayaran memungkinkan nasabah melakukan pembayaran hanya dengan memindai kode QR, tanpa harus memasukkan detail secara manual. Hal ini mengurangi waktu dan usaha yang dibutuhkan, sehingga persepsi kemudahan meningkat. Nasabah yang merasa nyaman dan mudah dengan fitur-fitur ini akan lebih termotivasi untuk terus menggunakan aplikasi dibandingkan dengan aplikasi lain yang lebih rumit atau memerlukan banyak langkah untuk menyelesaikan transaksi yang sama.

2.1.3.2 Indikator Persepsi Kemudahan

Menurut Davis Terdapat 6 indikator untuk mengukur konstruk kemudahan penggunaan, yaitu kemudahan sistem untuk dipelajari (easy of learn), kemudahan sistem untuk dikendalikan (controllable), interaksi dengan sistem yang jelas dan mudah dipahami (clear and understandable),

fleksibilitas interaksi (flexibility), mudah untuk terampil menggunakan sistem (easy to become skillful) dan mudah digunakan⁶⁰.

1. Kemudahan sistem untuk dipelajari (*Easy of learn*)

Indikator ini mengacu pada sejauh mana pengguna dapat dengan cepat dan mudah mempelajari cara kerja sistem⁶¹. Semakin mudah pengguna memahami fungsi dan fitur sistem tanpa membutuhkan waktu yang lama untuk beradaptasi, semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan. Aplikasi Bank Aladin Syariah dirancang agar mudah dipelajari, sehingga nasabah baru dapat dengan cepat memahami bagaimana cara membuka rekening, melakukan transaksi, atau memanfaatkan fitur syariah lainnya. Petunjuk yang jelas untuk tiap langkah penggunaan diharapkan dapat mempermudah nasabah dalam menggunakan layanan aplikasi Bank Aladin Syariah. Aplikasi yang mudah dipahami akan meningkatkan kepercayaan pengguna dalam menggunakan layanan perbankan syariah digital.

2. Kemudahan sistem untuk dikendalikan (*Controllable*)

Sistem yang mudah dikendalikan berarti pengguna memiliki kendali penuh terhadap fitur dan fungsionalitas sistem⁶². Mereka dapat mengoperasikan sistem tanpa kebingungan atau kehilangan kontrol saat berinteraksi dengan aplikasi. Nasabah memiliki kendali penuh terhadap layanan perbankan mereka melalui aplikasi Bank Aladin. Pengguna dapat mengelola rekening, melakukan pembayaran, transfer, dan mengatur preferensi layanan secara mandiri tanpa harus bergantung pada layanan cabang. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk merasa lebih berdaya dalam mengelola keuangan mereka secara syariah.

3. Interaksi dengan sistem yang jelas dan mudah dipahami (*Clear and Understandable*)

⁶⁰ Cita Sary Djaakum, "Peer to Peer Lending Against Ease of Business Technology Acceptance Model (TAM) Approach," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 10, no. 2 (2019): 217–38, <https://doi.org/10.21580/economica.2019.10.2.3476>.

⁶¹ Djaakum.

⁶² Djaakum.

Sistem yang memberikan instruksi yang jelas kepada pengguna sangat penting dalam membangun persepsi kemudahan⁶³. Pengguna harus bisa memahami informasi yang disampaikan oleh sistem secara langsung tanpa memerlukan interpretasi tambahan. Desain fitur aplikasi Bank Aladin Syariah yang jelas dan sederhana, serta penjelasan yang mudah dipahami, akan meminimalkan kesalahan pengguna dalam menjalankan transaksi. Nasabah dapat dengan mudah menemukan informasi dan instruksi di dalam aplikasi, seperti prosedur untuk membuka rekening atau detail transaksi.

4. Fleksibilitas interaksi (*Flexibility*)

Fleksibilitas berarti pengguna dapat menyesuaikan penggunaan sistem sesuai kebutuhan dan preferensi mereka⁶⁴. Sistem yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan cara yang berbeda akan dianggap lebih mudah digunakan karena memberikan lebih banyak pilihan dan kenyamanan. Aplikasi Bank Aladin memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan preferensi layanan, seperti mengaktifkan atau menonaktifkan fitur tertentu sesuai kebutuhan mereka. Fleksibilitas ini memungkinkan pengguna untuk memilih metode yang paling nyaman bagi mereka dalam melakukan transaksi, baik itu melalui fitur-fitur syariah maupun digital. Aplikasi Bank Aladin juga memberikan fitur-fitur yang menjadi pembeda dengan aplikasi bank lain dimana aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengelola dan menempatkan dana mereka sesuai dengan keinginan mereka melalui rekening lebih dari satu dalam satu aplikasi.

5. Mudah untuk terampil menggunakan sistem (*Easy to become skillful*)

Indikator ini mengukur sejauh mana pengguna bisa menjadi terampil dalam menggunakan sistem dalam waktu singkat⁶⁵. Sistem yang dirancang dengan baik akan memungkinkan pengguna baru untuk dengan cepat meningkatkan keterampilan mereka dalam menggunakan fitur-fitur yang tersedia. Aplikasi ini dirancang agar

⁶³ Djaakum.

⁶⁴ Djaakum.

⁶⁵ Djaakum.

pengguna dengan cepat menjadi terampil dalam menggunakannya. Nasabah baru maupun yang sudah lama dapat menguasai penggunaan aplikasi dalam waktu singkat karena fitur yang mudah diakses dan tidak memerlukan pengetahuan teknis yang mendalam.

6. Mudah digunakan

Kemudahan penggunaan menekankan pada kenyamanan dan kemudahan dalam menjalankan sistem sehari-hari⁶⁶. Sistem yang "mudah digunakan" berarti pengguna tidak menghadapi hambatan teknis atau kesulitan signifikan selama penggunaan rutin. Pengalaman pengguna yang lancar tanpa hambatan teknis, seperti gangguan sistem atau proses yang terlalu rumit, sangat penting dalam mendorong adopsi dan minat nasabah untuk menggunakan aplikasi ini secara terus-menerus.

2.1.4 Fitur Layanan

2.1.4.1 Definisi Fitur Layanan

Layanan perbankan syariah merujuk pada berbagai produk dan jasa keuangan yang disediakan oleh bank syariah untuk memenuhi kebutuhan keuangan masyarakat dengan tetap mematuhi prinsip-prinsip syariah. Fitur layanan adalah alat atau mekanisme spesifik yang mendukung pelaksanaan layanan perbankan syariah tersebut. Keistimewaan produk memiliki pengaruh yang besar terhadap keyakinan pembelian pelanggan, serta keistimewaan produk perlu memiliki ketertarikan dan berbeda dari yang lain⁶⁷. Fitur layanan pada masing-masing bank digital merupakan pembeda atau pembanding antara bank-bank digital tersebut⁶⁸. Pembeda yang dimaksudkan adalah terkait dengan konsep fitur apa saja dan kelengkapannya yang membangun suatu sistem aplikasi bank digital untuk ditawarkan kepada masyarakat

2.1.4.2 Indikator Fitur Layanan

⁶⁶ Djaakum.

⁶⁷ Rahma Kurnia Salma, "PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN BSI MOBILE."

⁶⁸ Syafiq, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Transparansi, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Aplikasi Bank Aladin Syariah."

Menurut Poon Indikator fitur Layanan terdiri dari 4⁶⁹:

1. Kemudahan Akses Informasi

Kemudahan akses informasi mengacu pada seberapa mudah pengguna dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan terkait layanan dan fitur perbankan. Dalam konteks perbankan digital seperti aplikasi Bank Aladin, kemudahan akses informasi sangat penting karena pengguna mengandalkan aplikasi tersebut untuk mendapatkan informasi secara cepat dan akurat. Misalnya, informasi saldo, riwayat transaksi, dan berbagai layanan perbankan lainnya harus tersedia dengan jelas dan mudah diakses kapan saja. Ketika informasi dapat diakses dengan mudah, hal ini meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan dan mendorong mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

2. Keberagaman Layanan Transaksi

Keberagaman layanan transaksi menggambarkan berbagai pilihan transaksi yang dapat dilakukan oleh pengguna melalui aplikasi perbankan. Layanan ini mencakup transaksi standar seperti transfer uang, pembayaran tagihan, top-up e-wallet, hingga transaksi yang lebih spesifik seperti pembayaran zakat atau infaq dalam konteks bank syariah. Semakin beragam jenis transaksi yang dapat dilakukan pengguna, semakin besar daya tarik aplikasi perbankan tersebut. Bank yang mampu menyediakan berbagai layanan transaksi secara lengkap memberikan nilai tambah bagi pengguna, karena mereka dapat mengelola berbagai kebutuhan finansial dalam satu platform.

Selain itu, keberagaman layanan transaksi juga menciptakan fleksibilitas bagi pengguna. Misalnya, fitur tarik setor tunai di Alfamart yang diperkenalkan oleh Bank Aladin merupakan contoh inovasi dalam memperluas jenis layanan transaksi yang tersedia. Pengguna tidak perlu terbatas pada penggunaan mesin ATM atau kantor cabang bank, tetapi dapat memanfaatkan jaringan retail

⁶⁹ Marthauli Marthauli, Elly Mirati, and Rahmanita Vidyasari, "Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Bca Mobile Di Wilayah Jabodetabek," *Account* 8, no. 1 (2021): 1463–71, <https://doi.org/10.32722/acc.v8i1.3879>.

sebagai tempat melakukan transaksi. Bank Aladin juga menyediakan Fitur layanan tanpa kartu. Fitur ini memungkinkan pengguna melakukan tarik tunai di ATM atau gerai tertentu tanpa memerlukan kartu fisik, melainkan cukup melalui aplikasi perbankan digital. Dalam era digitalisasi, layanan tanpa kartu sangat bermanfaat bagi pengguna yang menginginkan efisiensi dan kemudahan, terutama saat kartu fisik tertinggal atau rusak. Fitur ini juga memudahkan pengguna dalam mengakses uang tunai dengan lebih cepat dan praktis, sehingga memberikan kenyamanan yang lebih tinggi dalam transaksi sehari-hari.

3. Keberagaman Fitur

Keberagaman fitur merujuk pada banyaknya fitur yang ditawarkan oleh aplikasi perbankan untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Fitur-fitur ini mencakup lebih dari sekadar layanan dasar perbankan, seperti menabung atau mentransfer uang, tetapi juga fitur tambahan seperti perencanaan keuangan, pengelolaan investasi, hingga reminder untuk tagihan.

4. Inovasi Produk

Produk perbankan syariah, saat ini terus dikembangkan, yaitu dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi⁷⁰. Upaya ini merupakan upaya yang disebut sebagai inovasi dalam produk perbankan syariah. Inovasi produk mengacu pada pengembangan layanan dan fitur baru yang memberikan nilai tambah bagi pengguna perbankan. Dalam era digital, inovasi produk sangat diperlukan untuk memastikan bahwa layanan perbankan dapat mengikuti perubahan kebutuhan konsumen yang dinamis.

2.1.5 Kualitas Layanan

2.1.5.1 Definisi Kualitas Layanan

Kualitas layanan hal yang terpenting dalam sebuah perusahaan atau lembaga, karena kualitas layanan merupakan salah satu faktor untuk

⁷⁰ Hani Werdi Apriyanti, "Model Inovasi Produk Perbankan Syariah Di Indonesia," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2018): 83–104, <https://doi.org/10.21580/economica.2018.9.1.2053>.

mendapatkan kepuasan konsumen⁷¹. Kualitas layanan adalah pengukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan, kualitas layanan biasaditwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan dalam penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan⁷². Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan⁷³. Kualitas layanan merupakan pemenuhan dari harapan konsumen atau kebutuhan konsumen yang membandingkan antara hasil dengan harapan dan menentukan apakah konsumen sudah menerima layanan yang berkualitas⁷⁴. Menurut POJK no 21 tahun 2023 tentang Layanan Digital oleh Bank Umum, Layanan Digital adalah produk Bank dalam bentuk layanan yang diberikan oleh Bank dengan pemanfaatan Teknologi Informasi melalui media elektronik untuk memberikan akses bagi nasabah dan/atau calon nasabah terkait produk Bank maupun produk dan/atau layanan dari mitra Bank, serta dapat dilakukan secara mandiri oleh nasabah dan/atau calon nasabah⁷⁵. Kualitas layanan mengacu pada tindakan yang dilakukan oleh perseroan kepada para konsumen/nasabah untuk memenuhi kebutuhan konsumen/nasabah⁷⁶.

2.1.5.2 Indikator Kualitas Layanan

Adapun indikator dari kualitas layanan digital meliputi⁷⁷:

⁷¹ ELSANDRO YOGA PRANANTHA, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fitur Produk Bsi Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kab. Bone,” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah (Jurnal Akunsyah)* 3, no. 2 (2024): 41–56, <https://doi.org/10.30863/akunsyah.v3i2.5488>.

⁷² Kevin Lane Kotler, Philip; Keller, *Marketing Management*, 15th edisi (Pearson Education Limited, 2016).

⁷³ Ph.D & Gregorius Chandra Fandy Tjiptono, *Service, Quality and Statisfaction*, 3 rd edisi (Andi Yogyakarta, 2019).

⁷⁴ Made Virma Permana, “Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan,” *Jurnal Dinamika Manajemen* 4, no. 2 (2013): 115–31, <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm/article/view/2756/2814>.

⁷⁵ Otoritas Jasa Keuangan, “POJK Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum.”

⁷⁶ PRANANTHA, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fitur Produk Bsi Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kab. Bone.”

⁷⁷ Destiani Kusuma Widyawaty and Meilana Widyaningsih, “Analisis Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Layanan Digital Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Solo Raya),” *Manajemen: Jurnal Ekonomi* 6, no. 1 (2024): 67–77, <https://doi.org/10.36985/mec1sz93>.

1. *Efficiency* (efisiensi), yaitu kemampuan pelanggan atau nasabah dalam mencari informasi mengenai produk yang diinginkan⁷⁸. Efisiensi dalam layanan digital perbankan syariah seperti Bank Aladin merujuk pada kemampuan nasabah untuk dengan cepat dan mudah mengakses informasi mengenai produk-produk keuangan yang diinginkan, baik itu terkait rekening tabungan syariah, pembiayaan, atau produk keuangan lainnya. Semakin efisien aplikasi dalam menyajikan informasi yang dicari nasabah, semakin tinggi persepsi mereka terhadap kualitas layanan, yang kemudian dapat meningkatkan minat untuk menggunakan aplikasi tersebut secara berkelanjutan. Kemudahan dalam menemukan informasi dan melakukan transaksi menjadi nilai tambah dalam menarik minat pengguna baru maupun mempertahankan loyalitas nasabah lama.

2. *Reliability* (kehandalan), yakni sebuah kemampuan guna memberi layanan yang memuaskan dan cepat untuk nasabah atau pelanggan⁷⁹. Keandalan merujuk pada kemampuan Bank Aladin untuk memberikan layanan yang konsisten dan memuaskan, seperti keberhasilan dalam melakukan transaksi, akurasi informasi rekening, atau kemampuan aplikasi untuk bekerja tanpa gangguan. Nasabah mengharapkan bahwa setiap transaksi yang mereka lakukan, seperti transfer uang, pembayaran tagihan, atau penarikan dana, dapat berjalan lancar tanpa masalah teknis. Dalam layanan digital, keandalan adalah salah satu aspek yang sangat penting karena memberikan rasa aman dan percaya pada nasabah terhadap layanan yang ditawarkan oleh bank.

3. *Fulfillment* (pemenuhan), yakni sebuah tingkat pemenuhan janji yang dibuat oleh website serta sejauh apa website memenuhi janji tersebut⁸⁰. *Fulfillment* mengacu pada tingkat pemenuhan janji yang dibuat oleh aplikasi Bank Aladin, misalnya seberapa tepat layanan digital tersebut memenuhi janjinya, seperti kecepatan dalam pemrosesan pembukaan rekening, kejelasan fitur-fitur yang disediakan, atau ketersediaan produk sesuai dengan yang dipromosikan. Aplikasi

⁷⁸ Kusuma Widyawaty and Widyaningsih.

⁷⁹ Kusuma Widyawaty and Widyaningsih.

⁸⁰ Kusuma Widyawaty and Widyaningsih.

perbankan syariah yang mampu memenuhi semua janjinya akan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap kualitas layanan, yang pada gilirannya mempengaruhi niat untuk menabung di Bank Aladin Syariah.

4. *Privacy* (keamanan), kemampuan perusahaan dalam melindungi dan menjaga informasi atau data pribadi pelanggan⁸¹. *Privacy* atau keamanan adalah salah satu faktor kunci dalam perbankan digital, terutama dalam melindungi data pribadi dan informasi finansial nasabah. Nasabah akan lebih tertarik menggunakan layanan digital Bank Aladin jika mereka merasa bahwa informasi pribadi mereka, seperti nomor rekening, data transaksi, atau informasi lainnya, dijaga dengan baik oleh sistem. Fitur-fitur keamanan seperti otentikasi dua faktor, enkripsi data, dan perlindungan dari aktivitas yang mencurigakan adalah aspek-aspek yang meningkatkan persepsi positif terhadap kualitas layanan Bank Aladin.

5. *Responsiveness* (daya tanggap), yakni kemampuan perusahaan dalam memberikan suatu informasi secara akurat dan cepat pada pelanggan yang sedang mengalami masalah⁸². Daya tanggap merujuk pada kemampuan Bank Aladin dalam memberikan respons yang cepat dan akurat ketika nasabah mengalami masalah atau membutuhkan informasi tambahan. Misalnya, jika nasabah menghadapi kendala dalam melakukan transaksi atau memiliki pertanyaan terkait fitur layanan, aplikasi atau tim customer service harus siap memberikan solusi secara cepat. Daya tanggap yang tinggi akan meningkatkan kepuasan nasabah dan mendorong mereka untuk terus menggunakan aplikasi Bank Aladin karena mereka merasa mendapatkan dukungan yang baik.

6. *Compensation*, pemberian jaminan kepada nasabah jika terjadi kesalahan atau masalah terkait sistem⁸³. *Compensation* berarti pemberian kompensasi atau jaminan kepada nasabah jika terjadi kesalahan atau masalah teknis pada sistem layanan digital Bank Aladin. Misalnya, jika terjadi kesalahan dalam pemrosesan transaksi atau kegagalan sistem, nasabah mungkin mengharapkan bentuk kompensasi,

⁸¹ Kusuma Widyawaty and Widyaningsih.

⁸² Kusuma Widyawaty and Widyaningsih.

⁸³ Kusuma Widyawaty and Widyaningsih.

seperti pengembalian dana atau pemberian layanan gratis untuk waktu tertentu. Bank yang mampu memberikan jaminan ini menunjukkan komitmennya terhadap kepuasan nasabah dan meningkatkan persepsi positif terhadap kualitas layanan yang diberikan.

7. *Contact*, layanan telepon yang disediakan oleh bank jika ada keluhan dan masalah dari nasabah⁸⁴. Indikator ini merujuk pada layanan komunikasi yang disediakan oleh Bank Aladin untuk menangani keluhan, pertanyaan, atau masalah yang dihadapi oleh nasabah. Layanan kontak, email, atau live chat dalam aplikasi, merupakan cara yang penting untuk menjaga hubungan antara bank dan nasabah. Aplikasi Bank Aladin yang menyediakan akses mudah untuk berhubungan dengan customer service akan memberikan rasa aman bagi nasabah, karena mereka tahu bahwa ada jalur bantuan yang tersedia jika mereka menghadapi masalah.

2.1.6 Minat Menggunakan

2.1.6.1 Definisi minat menggunakan

Pengertian minat menurut bahasa (Etimologi), ialah usaha dan kemauan untuk mempelajari (learning) dan mencari sesuatu⁸⁵. Secara (Terminologi), minat adalah keinginan, kesukaan dan kemauan terhadap sesuatu hal. Minat merupakan tingkah laku individu yang bersifat dinamis untuk melakukan segala keinginannya terhadap sesuatu⁸⁶. Minat sangat erat kaitannya dengan motivasi individu, sesuatu yang digemari, diteliti, dan apa yang sering dilihat⁸⁷. Menurut Putri et al. Minat dapat berubah tergantung pada kebutuhan, wawasan dan gaya bergerak, minat tidak alami. Artinya, sesuatu yang pada awalnya tidak diminati dapat berubah menjadi sesuatu yang menarik dilihat dari sumber data tertentu atau perluasan wawasan pengetahuan dan proses pemikiran baru. Sedangkan minat menggunakan (intention to use) merupakan preferensi seseorang

⁸⁴ Kusuma Widyawaty and Widyaningsih.

⁸⁵ Yayat Suharyat, "Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia," *Jurnal Region* 1, no. 3 (2009): 1–19.

⁸⁶ Khowin Ardianto and Nurul Azizah, "Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna Di Kota Surabaya," *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* 23, no. 1 (2021): 13, <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.511>.

⁸⁷ Muhammad Sandi Awang Batu Bara, "Analisis Pengaruh Layanan Digital Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 2 (2022): 706–25, <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>.

yang didorong oleh keinginannya untuk menggunakan suatu produk barang ataupun jasa guna memenuhi kebutuhannya⁸⁸. Minat menggunakan merupakan kecenderungan, keinginan, kegairahan yang tinggi atau rasa ketertarikan kepada suatu hal dan adanya kemauan yang timbul dari dalam individu tanpa ada yang memerintah terhadap sesuatu⁸⁹.

2.1.6.2 Faktor yang mempengaruhi minat menggunakan

Minat menggunakan dipengaruhi oleh 2 faktor yaitu faktor Eksternal dan Internal⁹⁰.

1. Faktor Internal

Faktor internal adalah segala sesuatu yang berasal dari dalam diri seseorang dan memengaruhi minatnya. Ini mencakup faktor rohani, jasmani, emosional, dan motif sosial⁹¹.

a. Faktor Rohani dan Jasmani:

Ini mencakup kondisi fisik dan psikologis seseorang yang memengaruhi kemampuannya dalam memahami dan merespons layanan digital⁹². Sebagai contoh, pengguna Bank Aladin mungkin tertarik menabung karena merasa nyaman dengan kemudahan yang ditawarkan aplikasi, baik dari segi aksesibilitas maupun kemudahan penggunaan (user-friendly interface). Kondisi jasmani seperti keterbatasan fisik yang membuat orang lebih memilih layanan digital daripada datang ke kantor bank juga berperan.

b. Faktor Emosional:

Emosi seseorang juga berperan dalam minat menggunakan layanan⁹³. Minat ini bisa muncul dari perasaan positif terhadap Bank Aladin, seperti kepercayaan pada fitur keamanan yang ditawarkan, atau pengalaman sebelumnya yang memuaskan dengan layanan bank tersebut. Jika pengguna merasakan

⁸⁸ Ardianto and Azizah, "Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna Di Kota Surabaya."

⁸⁹ Nursiah Nursiah, Muh. Ferils, and Jamaludin Kamarudin, "Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking," *Akuntabel* 19, no. 1 (2022): 91–100, <https://doi.org/10.30872/jakt.v19i1.10711>.

⁹⁰ Syafiq, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Transparansi, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Aplikasi Bank Aladin Syariah."

⁹¹ Syafiq.

⁹² Syafiq.

⁹³ Syafiq.

kenyamanan, keamanan, dan kepuasan emosional dalam bertransaksi melalui aplikasi, maka minat mereka untuk terus menggunakan layanan Bank Aladin akan meningkat.

c. Faktor Motif Sosial:

Kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan sosial juga memengaruhi minat⁹⁴. Dalam hal ini, seseorang mungkin termotivasi untuk menabung di Bank Aladin karena ingin diakui oleh lingkungannya sebagai seseorang yang modern, melek teknologi, atau menggunakan produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Kehadiran Bank Aladin yang menonjol sebagai bank syariah berbasis digital dapat menjadi daya tarik bagi mereka yang ingin mempertahankan identitas religius sambil mengikuti tren teknologi.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah segala sesuatu yang berasal dari luar diri seseorang dan ikut berperan dalam membentuk minat. Dalam konteks Bank Aladin Syariah, faktor-faktor eksternal meliputi⁹⁵:

a. Kemudahan Akses dan Fitur Layanan:

Salah satu faktor eksternal yang memengaruhi minat adalah ketersediaan layanan yang mudah diakses. Kemudahan dalam menggunakan aplikasi, fitur yang lengkap seperti pembayaran digital, transfer antarbank, hingga kemudahan dalam pembukaan rekening secara online, dapat menjadi daya tarik utama bagi calon nasabah.

b. Promosi dan Transparansi:

Promosi yang dilakukan oleh Bank Aladin juga dapat menjadi faktor eksternal penting. Penawaran seperti bonus untuk nasabah baru, program cashback, atau layanan bebas biaya admin dapat meningkatkan minat seseorang untuk mulai menabung. Selain itu, transparansi layanan dalam hal syarat dan ketentuan, serta keamanan transaksi juga dapat meningkatkan minat pengguna

⁹⁴ Syafiq.

⁹⁵ Syafiq.

karena mereka merasa lebih aman dan terlindungi dalam melakukan transaksi keuangan.

2.1.6.3 Indikator minat menggunakan

Adapun menurut Menurut Schiffman & Kanuk, indikator-indikator minat penggunaan (*behavioral intention*) ada 5 yaitu⁹⁶:

1. Tertarik untuk mencari informasi tentang produk (*Interested in finding information about the product*)

Indikator ini mengukur minat atau ketertarikan nasabah untuk mengetahui lebih lanjut tentang produk perbankan yang ditawarkan. Dalam konteks layanan perbankan digital seperti Bank Aladin Syariah, indikator ini mengacu pada seberapa besar keinginan nasabah untuk mencari informasi mengenai produk-produk yang tersedia, seperti tabungan, pembiayaan, atau layanan lainnya melalui platform digital bank. Faktor yang dapat mempengaruhi indikator ini meliputi kemudahan akses informasi, transparansi layanan, dan tampilan antarmuka yang menarik pada aplikasi.

2. Mempertimbangkan untuk membeli (*Consider purchasing*)

Indikator ini mengukur tingkat kesiapan atau niat nasabah untuk melakukan pembelian atau penggunaan produk yang ditawarkan. Dalam konteks layanan perbankan digital seperti Bank Aladin Syariah, indikator ini mengacu pada sejauh mana nasabah merasa siap atau berminat untuk menggunakan layanan atau produk setelah mencari informasi lebih lanjut.

Biasanya masyarakat atau nasabah baru telah mendapatkan informasi tentang produk Bank Aladin Syariah, mereka akan mempertimbangkan manfaat yang bisa diperoleh dalam jangka waktu tertentu. Pertimbangan untuk menggunakan bank digital biasanya didorong oleh kebutuhan atau keinginan mereka, dan mereka membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber seperti website, media sosial, atau pengalaman orang lain, dengan keunggulan yang ditawarkan oleh bank digital tersebut.

⁹⁶ Syafiq.

Faktor-faktor yang mempengaruhi indikator ini meliputi kemudahan proses pendaftaran, kenyamanan dalam penggunaan aplikasi, serta adanya penawaran khusus atau promosi yang menarik. Indikator ini juga dapat mencerminkan kepercayaan nasabah terhadap keamanan dan kualitas layanan yang diberikan oleh bank.

3. Tertarik untuk mencoba (*Interested to try*)

Indikator ini mengukur minat nasabah untuk mencoba menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan. Dalam konteks bank digital, ketertarikan ini penting agar bank tersebut dapat digunakan oleh banyak orang. Ketika masyarakat atau nasabah merasa tertarik untuk menggunakan, ini menjadi langkah awal bagi bank digital untuk membangun kepercayaan, memberikan pelayanan, dan menciptakan loyalitas nasabah agar mereka tetap setia. Nasabah baru yang tertarik akan segera membuka rekening pada bank digital yang mereka pilih. Dalam konteks perbankan digital seperti Bank Aladin Syariah, indikator ini mencerminkan keinginan nasabah untuk mulai mengakses atau mencoba layanan setelah mengetahui manfaat dan keunggulan yang ditawarkan. Hal ini biasanya dipengaruhi oleh rasa penasaran, kenyamanan dalam penggunaan aplikasi, dan kemudahan akses yang diberikan oleh bank digital tersebut.

4. Ingin mengetahui produk (*Want to know the product*)

Pada tahap ini, nasabah sudah mengetahui bahwa bank yang dimaksud adalah bank digital seperti Bank Aladin Syariah. Selanjutnya, nasabah akan melanjutkan untuk mencari informasi lebih lanjut tentang produk tabungan atau layanan lainnya yang ditawarkan oleh bank melalui aplikasi. Keingintahuan tentang produk ini bisa menjadi tantangan bagi bank digital. Produk yang ditawarkan harus lengkap dan aman agar nasabah merasa nyaman saat bertransaksi. Jika nasabah tidak dapat menemukan produk yang diharapkan dalam aplikasi, mereka berisiko menurunkan tingkat loyalitas mereka terhadap bank tersebut karena kekurangan fitur atau produk. Lebih buruk lagi, jika nasabah mengajukan pertanyaan tentang hal ini dan tidak mendapatkan jawaban yang memadai dari pihak bank, mereka mungkin akan

menutup rekening dan bahkan memberi tahu orang lain untuk menghindari menggunakan bank digital tersebut.

5. Ingin memiliki produk (*Want to have a product*)

Ingin memiliki produk bank digital berarti nasabah merasa memiliki keterikatan atau rasa kepemilikan terhadap produk tersebut. Rasa *sense of belonging* ini muncul ketika nasabah merasa bahwa produk bank digital itu sesuai dengan kebutuhan mereka dan memberikan manfaat yang signifikan, sehingga mereka merasa lebih dekat dan terhubung dengan layanan yang ditawarkan.

2.1 Tinjauan Pustaka

Untuk menghindari terjadinya pengulangan penelitian yang serupa serta tuduhan plagiarisme terhadap karya ilmiah yang sudah ada, diperlukan tinjauan terhadap penelitian-penelitian sebelumnya. Penulis akan menguraikan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian ini.

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil	Perbedaan
1	Rio Arkan Syafiq (2023)	PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN, TRANSPARANSI, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI APLIKASI BANK ALADIN SYARIAH ⁹⁷	1. Persepsi Kemudahan (X1) 2. Fitur Layanan (X2) 3. Transfaransi (X3) 4. Promosi (X4) 5. Minat Menabung di Aplikasi Bank Aladin (Y)	1. Persepsi Kemudahan Berpengaruh Fositif terhadap Minat menabung di Aplikasi Bank Aladin Syariah 2. Fitur Layanan Berpengaruh terhadap minat menabung di aplikasi Bank	Terdapat perbedaan pada variabel transfaransi, variabel promosi, Variabel Minat menabung, pada subyek dan lokasi penelitian

⁹⁷ Syafiq.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil	Perbedaan
				Aladin Syariah	
2	Rahma Kurnia Salma (2023)	PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN BSI MOBILE ⁹⁸	1. Persepsi Kemudahan 2. Fitur Layanan	1. Variabel Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan BSI Mobile 2. Variabel Fitur Layanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan BSI Mobile	Terdapat perbedaan objek,subyek, lokasi, dan tidak adanya variabel kualitas layanan
3	Heny Agustina (2017)	Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking ⁹⁹	1. Penggunaan Teknologi Informasi (X1) 2. Kemudahan (X2) 3. Fitur layanan (X3) 4. Minat Menggunakan Internet Banking (Y)	1. Variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking 2. Variabel Fitur Layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking	Perbedaan terdapat pada variabel penggunaan teknologi informasi, subjek penelitian, objek penelitian, lokasi penelitian.

⁹⁸ Rahma Kurnia Salma, "PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN BSI MOBILE."

⁹⁹ Agustina, "Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri)."

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil	Perbedaan
4	Brian Dwi Saputro dan Sukirno (2013)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking ¹⁰⁰	1. Persepsi Kemudahan (X1) 2. Kepercayaan (X2) 3. Kecemasan Berkomputer (X3) 4. Kualitas Layanan (X4) 5. Minat Menggunakan Internet Banking (Y)	1. Variabel Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Internet Banking 2. Variabel Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Internet Banking	Tidak terdapat Variabel Fitur layanan, Perbedaan juga terletak pada objek penelitian, subjek penelitian, dan Lokasi penelitian
5	Achmad Fandi (2019)	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat nasabah menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya ¹⁰¹	1. Kualitas Layanan	Variabel Kualitas Layanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya	Tidak terdapat Variabel Persepsi Kemudahan dan Variabel Fitur layanan, Perbedaan juga terletak pada objek penelitian, subjek penelitian, dan Lokasi penelitian
6	Cupian, Ugi Valentin o, Sarah Annisa Noven (2022)	Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Bank Digital	1. Persepsi Kredibilitas (X1) 2. Persepsi Kemudahan (X2)	Variabel Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan bank digital syariah	Perbedaan terletak pada objek, subjek, lokasi penelitian dan tidak terdapat variabel fitur layanan dan variabel kualitas layanan

¹⁰⁰ Saputro and Sukirno, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking."

¹⁰¹ Fandi, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya."

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil	Perbedaan
		Syariah pada Generasi Z. ¹⁰²	3. Persepsi Kebermanfaatan (X3) 4. Sosial (X4) 5. Minat Menggunakan Bank Digital Syariah (Y)		
7	Gary Euglezyna, Sri Murtiasih (2025)	Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Persepsi Biaya Dan Positive Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BCA ¹⁰³ .	1. Persepsi Kepercayaan (X1) 2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) 3. Persepsi Risiko (X3) 4. Persepsi Biaya (X4) 5. Positive Word Of Mounth (X5) 6. Minat Menggunakan (Y)	Variabel Persepsi Kemudahan (X2) berpengaruh tidak Signifikan terhadap Minat (Y) penggunaan Mobile Banking	Perbedaan terletak pada objek, subjek, lokasi penelitian dan tidak terdapat variabel fitur layanan dan variabel kualitas layanan
8.	Putri Adining Ayu (2023)	PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP	1. Persepsi Kegunaan (X1) 2. Persepsi Kemudahan (X2) 3. Minat (Y)	Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile	Perbedaan terletak pada objek, subjek, lokasi penelitian dan tidak terdapat variabel fitur layanan dan variabel kualitas layanan

¹⁰² Cupian, Ugi Valentino, and Sarah Annisa Noven, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Bank Digital Syariah Pada Generasi Z: Studi Kasus Di Kota Bogor," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 02 (2022): 1679–88, <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5299>.

¹⁰³ Gary Euglezyna and Sri Murtiasih, "Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Persepsi Biaya Dan Positive Of Mouth (Wom) Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BCA," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)* 5, no. 1 (2025): 29–52, <https://doi.org/10.36908/jimpa.v5i1.455>.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil	Perbedaan
		MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING BRI DI KOTA JEMBER ¹⁰⁴		banking BRI di kota Jember.	
9.	Marthauli, R. Elly Mirati, dan Rahmani Vidyasari . (2021)	PENGARUH KETERSEDIAAN FITUR LAYANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN BCA MOBILE DI WILAYAH JABODETABEK ¹⁰⁵	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan Fitur Layanan (X1) 2. Kualitas Layanan (X2) 3. Minat (Y) 	Variabel fitur layanan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan BA Mobile di wilayah jabodetabek.	Perbedaan terletak pada objek, subjek, lokasi penelitian dan tidak terdapat variabel Persepsi Kemudahan
10	Munif Anggraeni (2020)	PENGARUH TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM	<ol style="list-style-type: none"> 1. Technology Acceotance Model (X1) 2. Kualitas Layanan (X2) 3. MInat (Y) 	Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking dan Kualitas Layanan (x4) berpengaruh	Perbedaan terletak pada objek, subjek, lokasi penelitian dan tidak terdapat variabel Fitur Layanan

¹⁰⁴ Putri Adning Ayu, *PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING BRI DI KOTA JEMBER*, vol. 183, 2023.

¹⁰⁵ Marthauli, Mirati, and Vidyasari, "Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Bca Mobile Di Wilayah Jabodetabek."

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil	Perbedaan
		MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING ¹⁰⁶		negatif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking	
11	Annisa Putri Andini dan Rachma Indrarini (2024)	PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, RELIGIUSITAS, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH PADA MASYARAKAT KABUPATEN SIDOARJO. ¹⁰⁷	1. Persepsi Kemudahan penggunaan (X1) 2. Religiusitas (X2) 3. Kepercayaan (X3) 4. Minat penggunaan (Y)	persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking Bank Syariah pada masyarakat pedesaan Kabupaten Sidoarjo	Perbedaan terletak pada objek, subjek, lokasi penelitian dan tidak terdapat variabel fitur layanan dan variabel kualitas layanan
12	DITA NUR HIDAYAH (2020)	PENGARUH E-WORD OF MOUTH, KUALITAS LAYANAN DAN	1. E-WORD OF MOUTH (X1) 2. KUALITAS LAYANAN (X2)	Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah	Perbedaan terletak pada objek, subjek, lokasi penelitian dan tidak terdapat variabel

¹⁰⁶ Munif Anggraeni, "Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada PT BANK BRI Syariah KCP Majapahit Semarang)," 2020, 1–145.

¹⁰⁷ Annisa Putri Andini and Rachma Indrarini, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Sidoarjo," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 7, no. 2 (2024): 158–71, <https://doi.org/10.26740/jekobi.v7n2.p158-171>.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil	Perbedaan
		REPUTASI TERHADAP MINAT MASYARKAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH DENGAN KEPERCA YAA N SEBAGAI VARIABEL INTERVENING 108	3. REPUTASI (X3) 4. MINAT (Y)		Persepsi Kemudahan dan fitur layanan.
13	Muhamad Iqbal, Asyari Hasan, Iva Laili (2022)	PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI, MANFAAT, KEAMANAN, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN INTERNET BANKING (STUDI KASUS PADA NASABAH BANK BNI SYARIAH KOTA	1. Teknologi Informasi (X1) 2. Manfaat (X2) 3. Keamanan (X3) 4. Fitur Layanan (X4) 5. Minat (Y)	Variabel fitur layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan	Perbedaan terletak pada objek, subjek, lokasi penelitian dan tidak terdapat variabel Persepsi Kemudahan dan Kualitas Layanan.

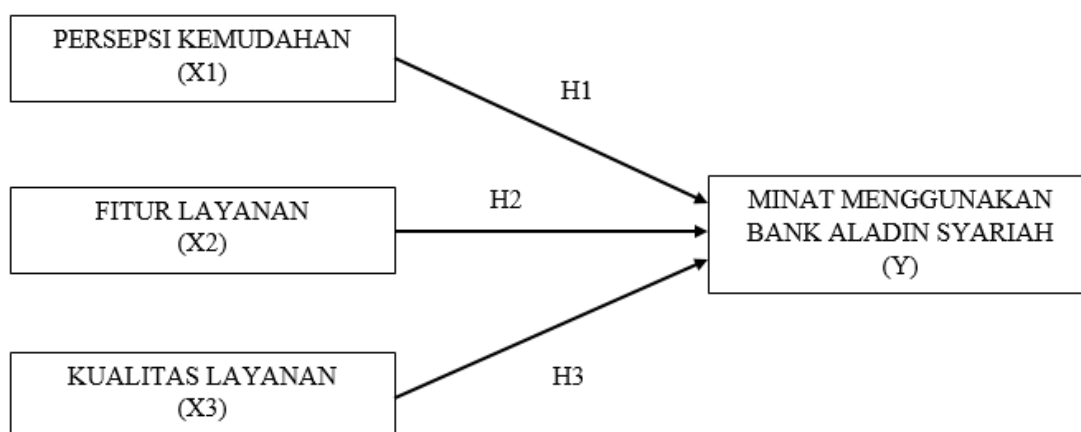
¹⁰⁸ DITA NUR HIDAYAH, "PENGARUH E-WORD OF MOUTH, KUALITAS LAYANAN DAN REPUTASI TERHADAP MINAT MASYARKAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH DENGAN KEPERCA YAA N SEBAGAI VARIABEL INTERVENING" 2 (2020): 1–9.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil	Perbedaan
		TANGERANG SELATAN) ¹⁰⁹			

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian berfungsi untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, serta menunjukkan alur pemikiran yang mendasari penelitian. Dengan kerangka pemikiran, peneliti dapat menggambarkan secara jelas bagaimana variabel-variabel penelitian saling berinteraksi atau saling mempengaruhi.

Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran



2.3 Hipotesis

Menurut Abdullah Hipotesis adalah jawaban sementara yang hendak diuji kebenarannya melalui penelitian¹¹⁰. hipotesis disusun untuk menjawab pertanyaan penelitian, disampaikan dalam bentuk pernyataan berdasarkan penalaran logika berbasis teori, dalil temuan penelitian dan fenomena aktual dilapangan¹¹¹.

Adapun pengembangan hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan (X1) terhadap Minat Menggunakan Bank Aladin Syariah (Y)

¹⁰⁹ Muhammad Iqbal, Asyari Hasan, and Iva Laili, "Pengaruh Teknologi Informasi, Manfaat, Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan)," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 1 (2022): 333–56, <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>.

¹¹⁰ Jim Hoy Yam and Ruhiyat Taufik, "Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi" 3, no. 2 (2021): 96–102.

¹¹¹ Yam and Taufik.

Persepsi kemudahan adalah sikap percaya seseorang pada pengaplikasian teknologi mudah dipahami atau digunakan¹¹². Persepsi kemudahan diartikan seseorang percaya dengan memanfaatkan suatu teknologi maka terbebas dari pekerjaan hal ini mencakup kemudahan dalam mengoperasikan suatu sistem.

Menurut Penelitian Rio Arkan Syafiq dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Transparansi, dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Menabung di Aplikasi Bank Aladin Syariah". Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat masyarakat menabung di aplikasi Bank Aladin Syariah. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Brian Dwi Saputro dan Sukirno yang berjudul "Penggunaan Teknologi Informasi, Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking"¹¹³ menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan juga berpengaruh terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan Internet Banking. Penelitian ini berfokus pada nasabah Bank Mandiri.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, maka peneliti dapat membuat hipotesis sebagai berikut:

H1 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Bank Aladin Syariah

- a. Pengaruh Fitur Layanan (X2) terhadap Minat Menggunakan Bank Aladin Syariah (Y)

Menurut Kotler dan Amstrong, Fitur layanan adalah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari produk pesaing¹¹⁴.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rahma Kurnia Salma dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Fitur

¹¹² Rozi and Ziyad, "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN."

¹¹³ Agustina, "Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri)."

¹¹⁴ Trisna Maharani Heny Kurnianingsih, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah," *Jurnal Ilmia Akuntansi Dan Teknologi* 12 (2020).

Layanan terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan BSI Mobile” yang meneliti pengaruh variabel Persepsi Kemudahan dan variabel Fitur Layanan terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan BSI Mobile. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Fitur Layanan memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan mahasiswa menggunakan BSI Mobile. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Heny Agustina yang berjudul “Penggunaan Teknologi Informasi, Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking”¹¹⁵ menunjukkan bahwa Fitur Layanan berpengaruh terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan Internet Banking. Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, maka peneliti dapat membuat hipotesis sebagai berikut:

H2 : Fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Bank Aladin Syariah.

b. Pengaruh Kualitas Layanan (X3) terhadap Minat Menggunakan Bank Aladin Syariah (Y)

Kualitas layanan mengacu pada tindakan yang dilakukan oleh perseroan kepada para konsumen/nasabah untuk memenuhi kebutuhan konsumen/nasabah¹¹⁶. Kualitas layanan menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital. Kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan nasabah, sehingga mendorong minat mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut. Kualitas layanan dalam konteks perbankan digital mencakup berbagai aspek, seperti kecepatan pelayanan, kehandalan sistem, keamanan data, dan daya tanggap terhadap keluhan nasabah.

Brian Dwi Saputro dan Sukirno dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan Internet Banking¹¹⁷. Penelitian lain yang

¹¹⁵ Agustina, “Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri).”

¹¹⁶ PRANANTHA, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fitur Produk Bsi Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kab. Bone.”

¹¹⁷ Saputro and Sukirno, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking.”

dilakukan Achmad Fandi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya” menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Minat nasabah menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri¹¹⁸.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, maka peneliti dapat membuat hipotesis sebagai berikut:

H3 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Bank Aladin Syariah.

¹¹⁸ Fandi, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya.”

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Penelitian kuantitatif adalah suatu bentuk penelitian yang menggunakan pengumpulan data numerik dan teknik analitik untuk menguji hipotesis, menarik kesimpulan, dan memahami hubungan antar variabel yang diteliti¹¹⁹. Penelitian kuantitatif adalah metodologi penelitian yang menggunakan teknik ilmiah untuk mengumpulkan data numerik, melakukan analisis statistik, dan menarik kesimpulan berdasarkan temuan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan antar variabel menggunakan data numerik yang diperoleh dari sampel masyarakat. Survei dipilih sebagai metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama.

3.2 Sumber data

3.2.1 Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui instrumen penelitian yang digunakan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui metode survei dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada masyarakat wilayah Ketanggungan Selatan yang menjadi target penelitian. Kuesioner ini akan mengukur persepsi masyarakat terhadap kemudahan, fitur layanan, dan kualitas layanan Bank Aladin terhadap minat masyarakat menggunakan layanan Bank Aladin Syariah.

3.2.2 Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber lain yang telah dipublikasikan sebelumnya. Dalam penelitian ini, data sekunder akan diambil dari berbagai kajian literatur seperti Artikel, jurnal, dan buku yang relevan tentang teori Technology Acceptance Model (TAM) dan Perilaku Konsumen.

¹¹⁹ Primadi Candra Susanto et al., "Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)," *Jurnal Ilmu Multidisplin* 3, no. 1 (2024): 1–12, <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Survei dilakukan baik secara online melalui kuisisioner Google Formulir maupun didistribusikan secara langsung kepada masyarakat. Metode pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan tentang objek yang diteliti. Responden dapat memberikan tanggapannya dengan mengisi kuisisioner. Hasilnya kemudian diukur dengan menggunakan skala Likert. Skala likert merupakan skala yang menjabarkan variabel yang akan di ukur membentuk indikator variabel. Dengan menentukan skala ukur, data yang ditemukan digambarkan dalam bentuk nomor agar lebih akurat dan efisien. Rentang pengukuran yang diaplikasikan dalam penelitian ini ditunjukkan pada table berikut:

Tabel 3. 1 Rentang Pengukuran Angket

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Netral (N)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan gejala atau satuan atau subjek yang ingin diteliti dalam sebuah penelitian.¹²⁰ Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹²¹ Dalam penelitian ini, populasinya adalah masyarakat di wilayah Ketanggungan Selatan, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah. Pemilihan populasi ini didasarkan pada adanya layanan perbankan syariah yang disediakan oleh Bank Aladin melalui gerai Alfamart di wilayah ini, serta kondisi daerah yang masih termasuk daerah terpencil.

¹²⁰ R Agustianti et al., *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (TOHAR MEDIA, 2022).

¹²¹ E Roflin and I A Liberty, *POPULASI, SAMPEL, VARIABEL DALAM PENELITIAN KEDOKTERAN* (Penerbit NEM, 2021).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Brebes, jumlah penduduk menurut Desa di Kecamatan Ketanggungan 2023, jumlah populasi penduduk di wilayah Ketanggungan Selatan adalah 32,602 jiwa dengan rincian sebagai berikut¹²²:

Tabel 3. 2 Jumlah Penduduk Menurut Desa

Nama Desa	Jumlah Penduduk
Jemasih	7.397
Cisereuh	3.642
Sindangjaya	4.743
Pamedaran	5.663
Cikeusal Kidul	6.206
Cikeusal Lor	4.951
Jumlah	32.602

Namun, populasi pada penelitian ini secara faktual tidak dapat diketahui.

Sampel adalah perwakilan atau sekelompok bagian dari populasi yang menjadi subjek suatu penelitian. Ketika mengambil sampel dari suatu populasi, ada aturan bahwa sampel harus representative (mewakili) populasi.¹²³ Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, artinya tidak semua elemen populasi kemungkinan besar akan dipilih sebagai sampel yang sama, jadi hanya beberapa tetapi tetap bisa mewakili populasi tersebut. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10%.¹²⁴

Maka sampel pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{N}{1 + (N * e^2)}$$

$$n = \frac{32602}{1 + (32602 * 0.1^2)}$$

$$n = \frac{32602}{1 + (32602 * 0,01)}$$

$$n = \frac{32602}{1 + (326,02)}$$

$$n = \frac{32602}{327,02}$$

¹²² Badan Pusat Statistik Kota Brebes, "Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Desa/Kelurahan Di Kecamatan Ketanggungan 2023," Badan Pusat Statistik, n.d.,

¹²³ Syahrums and Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2009).

¹²⁴ Sugiyono, *Metodologi Penulisan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012)

$n = 99,69$

$n = 100$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = standar error

Dengan demikian, sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 100 Responden.

3.5 Teknik Pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*, artinya tidak semua elemen populasi kemungkinan besar akan dipilih sebagai sampel yang sama, jadi hanya beberapa tetapi tetap bisa mewakili populasi tersebut. Metode *purposive sampling* dipakai karena diasumsikan bahwa anggota yang ditetapkan sebagai bagian dari sampel akan dapat membagikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti¹²⁵. Metode yang digunakan peneliti adalah *purposive sampling*, karena data diperoleh dari sumber yang dipilih menurut kriteria tertentu, yaitu khususnya masyarakat yang tinggal di wilayah Ketanggungan Selatan, Kabupaten Brebes, yang memiliki potensi untuk menggunakan layanan Bank Aladin Syariah. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, di mana sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat yang tinggal di wilayah Ketanggungan bagian selatan.
2. Masyarakat dengan usia minimal 17 tahun.
3. Pernah menerima informasi mengenai Bank Aladin Syariah

Teknik *purposive sampling* dipilih karena peneliti ingin fokus pada responden yang relevan dan berpotensi menggunakan layanan perbankan syariah Bank Aladin.

Kuesioner rencana akan disebarakan secara online dan offline. Penyebaran secara online dilakukan dengan melalui grup Ikatan Mahasiswa Ketanggungan Selatan (IMKS), grup

¹²⁵ Ratno Agriyanto, "Redefining Objective of Islamic Banking; Stakeholders Perspective in Indonesia," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 6, no. 2 (2015): 77–90.

alumni MTs Almiftah, grup Zona Selatan Hijau, grup Ikatan Mahasiswa Sindangjaya dan melalui pesan pribadi kepada teman, saudara, dan kenalan yang tersebar di berbagai desa yang mewakili wilayah Ketanggungan Selatan melalui Aplikasi Whatsapp. Sedangkan penyebaran secara offline dilakukan dengan mengunjungi gerai Alfamart yang berada di Kelurahan Cikeusal Lor bagian dari wilayah Ketanggungan selatan selama 5 hari, mengunjungi kantor kepala desa jemasih (jumat, senin, selasa) kepala desa Cisereuh (selasa, rabu) desa Pamedaran (Selasa, Rabu), menyebarkan secara langsung saat silaturahmi lebaran, menyebarkan secara langsung setiap hari sabtu di event Samsat Keliling yang berlokasi di Cikeusal Lor selama 3 pertemuan dan ke sekolah SMK Ma'arif selama 2 hari.

3.6 Variabel Penelitian

3.6.1 Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel dependen (variabel terikat). Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia disebut juga variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹²⁶ Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas (*independent*) yaitu: Persepsi Kemudahan (X1), Fitur Layanan (X2), dan Kualitas Layanan (X3).

3.6.2 Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas¹²⁷. Penelitian ini menggunakan satu variabel terkait dalam permasalahan penelitian yaitu Minat (Y)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang menjadikan variabel-variabel yang sedang diteliti menjadi bersifat operasional dalam kaitannya dengan proses pengukuran variabel-variabel tersebut¹²⁸. Definisi operasional memungkinkan sebuah konsep yang bersifat abstrak dijadikan suatu yang operasional sehingga memudahkan peneliti

¹²⁶ Ratno Agriyanto, "Redefining Objective of Islamic Banking; Stakeholders Perspective in Indonesia," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 6, no. 2 (2015): 77–90.

¹²⁷ Nikmatur Ridha, "PROSES PENELITIAN, MASALAH, VARIABEL DAN PARADIGMA PENELITIAN," *Computer Graphics Forum* 39, no. 1 (2020): 672–73, <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>.

¹²⁸ Ridha.

dalam melakukan pengukuran. Dalam penelitian ini pengukuran operasional variabel dapat dilihat dalam **Tabel 3.3** dibawah ini:

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator
Persepsi Kemudahan (X1)	Persepsi kemudahan (<i>perceived ease of use</i>) adalah keyakinan individu bahwa menggunakan suatu sistem atau teknologi akan bebas dari usaha atau kesulitan ¹²⁹ .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan sistem untuk dipelajari 2. Kemudahan sistem untuk dikendalikan 3. Interaksi dengan sistem yang jelas dan mudah dipahami 4. Fleksibilitas interaksi 5. Mudah untuk terampil menggunakan sistem 6. Mudah digunakan
Fitur Layanan (X2)	Fitur layanan adalah alat atau mekanisme spesifik yang mendukung pelaksanaan layanan perbankan syariah ¹³⁰ .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan akses informasi 2. Keberagaman layanan transaksi 3. Keberagaman fitur 4. Inovasi produk
Kualitas Layanan (X3)	Kualitas layanan adalah pengukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu memenuhi ekspekstasi pelanggan, kualitas layanan biasadiwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan dalam penyampain	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efisiensi 2. Kehandalan 3. Pemenuhan 4. Keamanan 5. Daya tanggap 6. Kompensasi 7. Kontak

¹²⁹ Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

¹³⁰ Rahma Kurnia Salma, "PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN BSI MOBILE."

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator
	untuk mengimbangi harapan pelanggan ¹³¹ .	
Minat Menggunakan (Y)	Minat menggunakan (intention to use) merupakan preferensi seseorang yang didorong oleh keinginannya untuk menggunakan suatu produk barang ataupun jasa guna memenuhi kebutuhannya ¹³² .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tertarik untuk mencari informasi tentang produk 2. Mempertimbangkan untuk membeli 3. Tertarik untuk mencoba 4. Ingin mengetahui produk 5. Ingin memiliki produk

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif, yaitu suatu metode analisis yang bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan, dan menginterpretasikan data penelitian dalam bentuk angka. Data yang diperoleh dari kuesioner diolah menggunakan bantuan aplikasi *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) untuk mengetahui hasil uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, serta uji regresi linier berganda yang digunakan dalam menguji hipotesis penelitian.

3.8.1 Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reabilitas)

a. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan alat ukur untuk menguji apakah instrumen yang digunakan (kuesioner) benar-benar mengukur apa yang seharusnya

¹³¹ Kotler, Philip; Keller, *Marketing Management*.

¹³² Ardianto and Azizah, "Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna Di Kota Surabaya."

diukur¹³³. Uji validitas dimaksudkan guna mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar telah dapat mengukur apa yang perlu diukur. Uji ini dimaksudkan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner¹³⁴. Pada dasarnya, uji validitas mengukur sah atau tidaknya setiap pertanyaan/pernyataan yang digunakan dalam penelitian. Dalam praktiknya, data sekunder tidak memerlukan uji validitas. Kriteria uji validitas adalah dengan membandingkan nilai r hitung (Pearson Correlation) dengan nilai r tabel.

Kriteria pengujian Uji Validitas sebagai berikut¹³⁵:

- i. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka instrumen penelitian dikatakan valid.
 - ii. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka instrumen penelitian dikatakan invalid.
- b. Uji Reabilitas

Uji Reabilitas adalah alat ukur untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan konsisten jika diulang di waktu yang berbeda¹³⁶. Uji Reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur konsistensi suatu instrumen penelitian, misalnya kuesioner, sehingga hasil pengukuran akan tetap stabil jika instrumen tersebut digunakan kembali dalam kondisi yang sama. Reliabilitas diperlukan agar data yang diperoleh dapat dipercaya dan konsisten dalam setiap pengukuran. Uji reliabilitas instrumen digunakan untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh¹³⁷. Pada dasarnya, uji reliabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan/pernyataan yang digunakan. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai Cronbach's alpha dengan tingkat/taraf signifikan yang digunakan. Tingkat/taraf signifikan yang digunakan bisa 0,5, 0,6, hingga 0,7 tergantung kebutuhan dalam penelitian.

¹³³ Rahma Kurnia Salma, "PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN BSI MOBILE."

¹³⁴ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)* (Guepedia, 2021).

¹³⁵ Darma.

¹³⁶ Rahma Kurnia Salma, "PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN BSI MOBILE."

¹³⁷ Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linear berganda berbasis Ordinary Least Squares (OLS)¹³⁸. Tujuan dari pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki tingkat ketepatan estimasi, ketiadaan bias, dan konsistensi yang optimal. Uji asumsi klasik ini dilakukan untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang digunakan adalah tepat dan valid. Sebelum melaksanakan analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis, perlu dilakukan beberapa uji asumsi klasik:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali dalam Nanda Yoga et al menjelaskan bahwa tujuan dari uji normalitas adalah untuk menilai apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mengikuti distribusi normal¹³⁹. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov. Uji normalitas menggunakan uji statistik non-Parametric Kolmogorov-Smirnov merupakan uji normalitas menggunakan fungsi distribusi kumulatif¹⁴⁰. Nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal jika $K_{hitung} < K_{tabel}$ atau nilai $Sig. > \alpha$.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali dalam Nanda Yoga et al, uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk memastikan bahwa model regresi memiliki korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel independen yang digunakan¹⁴¹. Apabila dalam model regresi yang diuji memiliki korelasi tinggi atau sempurna pada variabel bebas maka model regresi akan dinyatakan mengandung gejala multikolinear. Model regresi dinyatakan baik apabila tidak ada korelasi antar variabel.

c. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali menyatakan dalam Nanda Yoga et al, uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji model regresi memiliki ketidaksamaan varians

¹³⁸ Nanda Yoga Aditiya, Elsa Saphira Evani, and Siti Maghfiroh, "Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda," *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman* 2, no. 2 (2023): 102–10, <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>.

¹³⁹ Aditiya, Evani, and Maghfiroh.

¹⁴⁰ Aditiya, Evani, and Maghfiroh.

¹⁴¹ Aditiya, Evani, and Maghfiroh.

dari satu residual pengamatan ke pengamatan lainnya¹⁴². Heteroskedastisitas muncul karena adanya varian pada variabel model regresi yang tidak sama. Sedangkan homoskedastisitas akan muncul apabila model regresi memiliki nilai yang sama. Model regresi yang diharapkan adalah residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya yang konstan atau homoskedastisitas atau tidak adanya heteroskedastisitas.

3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi diperkenalkan pertama kali oleh Sir Francis Galton (1822-1911) pada tahun 1877 sebagai metode statistika dalam proses analisis data¹⁴³. Regresi linier berganda adalah model persamaan yang menggambarkan hubungan antara satu variabel terikat (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas (X_1, \dots, X_n)¹⁴⁴. Tujuan uji regresi linier berganda yaitu untuk memprediksi nilai variabel dependen (Y) dengan menggunakan nilai variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n). Adapun tujuan uji ini adalah untuk mengetahui seberapa kuat variabel bebas dan bebas, yaitu kemudahan (X_1) fitur layanan (X_2), dan kualitas layanan (X_3), berpengaruh terhadap minat (Y).

3.8.4 Uji R² (Determinasi Model)

Uji koefisien determinasi (R^2) merupakan besaran yang menunjukkan proporsi variasi variabel independen yang mampu menjelaskan variasi variabel dependen¹⁴⁵. Jika hasil uji koefisien determinasi yang diperoleh dari hasil analisis regresi linear yang diestimasi dengan OLS sebesar 0,630 maka variasi variabel independen yang diformulasikan dalam model riset mampu menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 63 persen, sedangkan selebihnya sebesar 37 persen dijelaskan oleh variabel independen lain yang tidak dimasukkan dalam model riset. Nilai koefisien determinasi yang tinggi dapat digunakan sebagai salah satu indikator untuk menilai model empiris yang baik. Menurut Insukindro, jika hasil uji koefisien hasilnya rendah maka tidak berarti modelnya buruk karena koefisien determinasi bukan merupakan

¹⁴² Aditiya, Evani, and Maghfiroh.

¹⁴³ D.S.R.I. SUSANTI, Y SUKMAWATY, and N U R SALAM, ANALISIS REGRESI DAN KORELASI (IRDH, n.d.).

¹⁴⁴ Rahma Kurnia Salma, "PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN BSI MOBILE."

¹⁴⁵ F M Leon, R V Suryaputri, and T K Purnamaningrum, Metode Penelitian Kuantitatif: Manajemen, Keuangan, Dan Akuntansi (Penerbit Salemba, 2023).

satu-satunya indikator yang menunjukkan baik buruknya suatu model yang diformulasikan¹⁴⁶.

3.8.5 Uji t (Pengaruh Parsial)

Uji signifikansi variabel (uji t) bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yang diformulasikan dalam model¹⁴⁷. Uji ini merupakan uji lanjutan yang bisa dilakukan setelah ada kepastian hasil uji modelnya (uji F) signifikan. Kriteria signifikansi variabel untuk teknik analisis regresi linear berganda sama dengan kriteria signifikansi pada teknik analisis regresi linear sederhana. Kriteria pengujiannya dengan menunjukkan besaran nilai t dan nilai signifikansi p. Jika hasil analisis menunjukkan $p < 0.05$ maka pengaruh variabel independen terhadap satu variabel dependen adalah secara statistik signifikan pada level alfa sebesar 5 persen. Sebaliknya, jika hasil analisis menunjukkan nilai $p > 0.05$ maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya secara statistik tidak signifikan. Interpretasi teori dan empiris hubungan/pengaruh/dampak variabel independen terhadap dependennya dengan melihat tanda (positif atau negatif) pada nilai koefisien regresinya, sehingga tidak lagi diperlukan.

¹⁴⁶ F M Leon, R V Suryaputri, and T K Purnamaningrum, *Metode Penelitian Kuantitatif: Manajemen, Keuangan, Dan Akuntansi* (Penerbit Salemba, 2023).

¹⁴⁷ F M Leon, R V Suryaputri, and T K Purnamaningrum, *Metode Penelitian Kuantitatif: Manajemen, Keuangan, Dan Akuntansi* (Penerbit Salemba, 2023).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Berdiri Bank Aladin Syariah

Gambar 4. 1 Logo Bank Aladin Syariah



Sumber : Aladin.id

Bank Aladin Syariah merupakan bank yang beroperasi secara digital. Bank Aladin Syariah didirikan pada 16 September 1994 dengan nama PT Bank Maybank Nusa International (“MSI”), sebagai perusahaan patungan atau *joint venture* antara 2 (dua) bank umum, yakni Malayan Banking Berhad (“Maybank”) dari Malaysia dan Bank Nusa Nasional dari Indonesia¹⁴⁸. Pendirian Perseroan dikukuhkan melalui Akta Pendirian Perseroan No. 58 yang dibuat oleh Achmad Abid, S.H., Notaris di Jakarta.

Pada 11 September 2000, perusahaan yang sebelumnya bernama PT Maybank Nusa International mengalami perubahan nama menjadi PT Bank Maybank Indocorp¹⁴⁹. Pergantian ini terjadi seiring dengan peralihan kepemilikan saham perusahaan kepada Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN). Selanjutnya, perusahaan kembali melakukan rebranding dari PT Bank Maybank Indocorp menjadi PT Bank Maybank Syariah Indonesia (“Maybank Syariah”) sejalan dengan perubahan fokus usaha dari bank konvensional menjadi bank syariah. Transformasi ini didasarkan pada Surat

¹⁴⁸ PT Bank Aladin Syariah Tbk, “Membangun Pertumbuhan Berkelanjutan Melalui Kolaborasi Inklusivitas (Sustainability Growth Through Collaboration & Inclusivity).”

¹⁴⁹ PT Bank Aladin Syariah Tbk.

Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 12/60/KEP.GBI/DpG/2010 yang dikeluarkan pada 23 September 2010.

Berdasarkan Akta Pernyataan Keputusan Pemegang Saham yang dibuat di luar Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) No. 5 tanggal 3 Juli 2019, pemegang saham menyetujui perubahan nama dari PT Bank Maybank Syariah Indonesia menjadi PT Bank Net Indonesia Syariah (“BNS”)¹⁵⁰. Perubahan ini juga menandai pergeseran fokus bisnis dari sektor korporasi ke sektor ritel, dengan tujuan mendukung perkembangan ekonomi syariah, khususnya dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pada 1 Februari 2021, saham BNS resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia dengan kode saham “BANK”.

Pada 7 April 2021, dalam RUPS Luar Biasa, para pemegang saham menyetujui perubahan nama perusahaan dari PT Bank Net Indonesia Syariah Tbk menjadi PT Bank Aladin Syariah Tbk. Keputusan ini dikukuhkan melalui Akta No. 11 yang dibuat oleh Notaris Yulia, S.H., di Jakarta pada tanggal yang sama¹⁵¹. Perubahan nama tersebut mendapat persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui Surat Keputusan No. AHU-0021937.AH.01.02 Tahun 2021 tanggal 12 April 2021, serta dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui surat No. KEP-42/PB.1/2021 tanggal 3 Juni 2021, yang menetapkan penggunaan izin usaha atas nama PT Bank Aladin Syariah Tbk.

4.1.2 Visi dan Misi

a) Visi

“Menjadi Bank Syariah Digital Terdepan”

b) Misi

“Bersama, memperkuat ekosistem keuangan syariah yang bermanfaat untuk seluruh lapisan masyarakat”

4.1.3 Produk

Bank Aladin Syariah menawarkan berbagai produk dan layanan perbankan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan finansial masyarakat, baik untuk keperluan personal maupun bisnis. Produk-produk ini tidak hanya memudahkan pengelolaan keuangan, tetapi juga disesuaikan dengan prinsip syariah yang transparan dan beretika. Berikut adalah daftar produk yang tersedia:

¹⁵⁰ PT Bank Aladin Syariah Tbk.

¹⁵¹ PT Bank Aladin Syariah Tbk.

a. **Personal**

Produk perbankan yang ditujukan untuk kebutuhan individu, menawarkan solusi yang fleksibel, aman, dan inovatif untuk mengatur keuangan sehari-hari.

1. Ala Dompot

Ala Dompot adalah produk tabungan dari Bank Aladin Syariah yang dirancang untuk memudahkan aktivitas finansial harian seperti transfer, pembayaran, pembelian kebutuhan sehari-hari dan dapat dihubungkan dengan Kartu Debit yang diterbitkan secara fisik oleh Bank.. Produk ini menggunakan akad mudharabah muthlaqah. Mudharabah mutlaqah atau yang disebut juga dengan istilah *unrestricted* mudharabah merupakan bentuk kerja sama yang memberikan kebebasan kepada mudharib untuk mengelola modal dalam bentuk usaha apapun yang bisa mendatangkan keuntungan selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syari'ah¹⁵². Dalam hal ini, proporsi bagi hasil adalah 15% untuk nasabah dan 85% untuk bank.

2. Ala Deposito

Ala Deposito adalah produk simpanan berjangka dari Bank Aladin Syariah yang dirancang untuk membantu merencanakan keuangan masa depan dengan prinsip syariah.

3. Ala Impian

Ala Impian merupakan tabungan dari Bank Aladin Syariah yang dirancang untuk mendukung berbagai kebutuhan finansial, seperti persiapan dana umrah atau haji, pembelian rumah, pendidikan, hingga pernikahan. Dengan fitur ini, pengguna bisa membuka beberapa rekening terpisah untuk setiap tujuan yang ingin dicapai serta menyesuaikan atau mengubah target kapan saja melalui aplikasi Bank Aladin Syariah.

Salah satu keunggulan Ala Impian adalah fleksibilitas dalam menentukan target nominal dan waktu menabung. Aplikasi akan secara otomatis menghitung rencana tabungan berdasarkan periode yang dipilih. Misalnya, jika nasabah ingin membeli ponsel seharga Rp7 juta dalam 10 bulan, aplikasi akan menyediakan opsi menabung harian, mingguan, atau bulanan dengan rincian jumlah yang harus disetorkan di setiap periode.

¹⁵² Fariz Al-Hasni, "Akad Mudharabah Mutlaqah Dalam Praktik Perbankan Syariah," *Mu'amalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 9, no. 2 (2017): 208–22, <https://doi.org/10.20414/mu.v9i2.2019>.

Untuk memudahkan nasabah dalam menabung secara disiplin, tersedia fitur autodebit dari rekening utama (Ala Dompot), sehingga dana dapat dialokasikan secara otomatis tanpa risiko lupa menabung. Selain itu, bagi nasabah yang tidak ingin menetapkan target tertentu, tersedia opsi menabung rutin sesuai jadwal yang telah ditentukan, misalnya setiap tanggal 15 setiap bulan.

Aplikasi juga akan mengirimkan notifikasi sebagai pengingat untuk menabung dan memberi peringatan jika saldo rekening utama tidak mencukupi untuk autodebit. Untuk mencegah dana impian diambil sebelum target tercapai, sistem akan menampilkan notifikasi peringatan saat nasabah hendak menarik dana sebelum tujuan terpenuhi, membantu menjaga komitmen finansial yang telah direncanakan.

4. Aladin Gen

Aladin Gen adalah produk tabungan khusus anak dari Bank Aladin Syariah yang dirancang untuk membantu orang tua mengajarkan kebiasaan menabung sejak dini. Dengan Aladin Gen, anak-anak bisa memiliki rekening sendiri, belajar mengelola keuangan, dan menabung untuk berbagai keperluan, seperti membeli gadget, perlengkapan sekolah, atau merencanakan liburan. Orang tua dapat memantau dan mengelola tabungan anak untuk memastikan penggunaan yang bijak.

5. Ala Berbagi

Ala Berbagi merupakan fitur dari Bank Aladin Syariah yang memudahkan nasabah untuk berdonasi ke mitra lembaga terpercaya dengan proses yang sesuai nilai syariah. Melalui fitur ini, nasabah dapat berbuat kebaikan kapan saja dan dengan nominal berapa pun. Nasabah bisa menjadwalkan donasi harian, mingguan, atau bulanan agar berbagi menjadi kebiasaan yang berkelanjutan.

6. QRIS Aladin

QRIS Aladin merupakan fitur pembayaran digital dari Bank Aladin Syariah yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi dengan mudah dan cepat menggunakan kode QR standar QRIS. Dengan QRIS Aladin, nasabah dapat membayar di berbagai merchant yang mendukung QRIS hanya dengan memindai kode QR melalui aplikasi Bank Aladin Syariah.

Selain untuk transaksi di merchant, QRIS Aladin juga bisa digunakan untuk donasi ke berbagai lembaga terpercaya, sehingga berbagi kebaikan menjadi lebih praktis dan cepat. Dengan sekali scan, kamu bisa berdonasi kapan saja sesuai nilai syariah.

7. Bayar dan Beli

Bayar & Beli merupakan fitur dari Bank Aladin Syariah yang dirancang untuk memudahkan nasabah dalam melakukan berbagai transaksi pembayaran dan pembelian secara digital. Melalui fitur ini, nasabah dapat dengan mudah membayar berbagai tagihan seperti listrik, air, internet, dan BPJS langsung dari aplikasi. Selain itu, pengisian pulsa dan paket data juga bisa dilakukan dengan cepat dan harga yang terjangkau.

8. E-Wallet

E-Wallet merupakan fitur dari Bank Aladin Syariah yang memungkinkan nasabah untuk menghubungkan dan mengisi saldo dompet digital dengan mudah dan cepat. Dengan fitur ini, nasabah dapat melakukan top-up saldo ke berbagai e-wallet populer seperti GoPay, OVO, Dana, ShopeePay, dan lainnya langsung melalui aplikasi Bank Aladin Syariah. Fitur E-Wallet dirancang untuk memberikan kemudahan dalam bertransaksi digital. Nasabah bisa mengisi saldo kapan saja tanpa perlu berpindah aplikasi, sehingga lebih praktis dan efisien. Proses top-up juga dilakukan dengan sistem yang aman dan sesuai prinsip syariah, memastikan setiap transaksi berjalan lancar tanpa kendala.

9. Tarik dan Setor Tunai

Tarik & Setor Tunai merupakan fitur dari Bank Aladin Syariah yang memungkinkan nasabah melakukan setor dan tarik tunai dengan mudah tanpa perlu memiliki kartu ATM. Dengan fitur ini, nasabah dapat menarik uang tunai atau menyetor saldo langsung melalui jaringan Alfamart, Alfamidi, Dan+Dan, serta berbagai mitra lainnya yang bekerja sama dengan Bank Aladin Syariah.

Untuk melakukan transaksi, nasabah cukup menggunakan aplikasi Bank Aladin Syariah untuk menghasilkan kode transaksi yang nantinya akan digunakan di kasir mitra. Proses ini memudahkan nasabah yang ingin mengakses uang tunai tanpa harus pergi ke ATM atau bank, sehingga lebih praktis dan efisien. Fitur ini juga sangat membantu bagi nasabah yang tinggal

di wilayah yang jauh dari lokasi ATM atau bank, karena memungkinkan mereka untuk tetap melakukan transaksi keuangan dengan mudah melalui jaringan ritel terdekat.

10. Kartu Aladin

Kartu Aladin merupakan kartu debit dari Bank Aladin Syariah yang memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi secara digital maupun offline. Dengan Kartu Aladin, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi, seperti pembayaran di merchant, tarik tunai di ATM, serta belanja online dengan lebih praktis dan aman.

Sebagai bank digital, Bank Aladin Syariah mempermudah proses pengajuan kartu tanpa perlu datang ke kantor cabang. Nasabah dapat mengajukan permintaan kartu langsung melalui aplikasi Bank Aladin Syariah, dengan mengisi alamat pengiriman yang diinginkan. Setelah itu, kartu akan dikirim secara gratis ke alamat yang telah terdaftar. Kartu ini terhubung langsung dengan rekening Bank Aladin Syariah, sehingga setiap transaksi dilakukan secara real-time tanpa perlu top-up saldo terpisah. Selain itu, Kartu Aladin juga mendukung transaksi di jaringan ATM Bersama, Prima, dan merchant berlogo Visa, memungkinkan nasabah untuk menggunakan kartu ini di berbagai tempat, baik di dalam maupun luar negeri.

11. Biaya dan Limit

Biaya & Limit merupakan informasi penting bagi nasabah Bank Aladin Syariah terkait berbagai transaksi keuangan yang dilakukan melalui aplikasi maupun kartu debit Aladin. Bank Aladin Syariah menawarkan berbagai layanan dengan biaya yang transparan dan kompetitif. Pembukaan rekening tidak dikenakan biaya administrasi bulanan, sehingga nasabah dapat menikmati layanan perbankan digital secara gratis. Transaksi seperti transfer sesama Aladin juga tidak dikenakan biaya, sementara transfer ke bank lain dapat dilakukan secara gratis melalui BI-FAST atau dikenakan biaya sesuai ketentuan yang berlaku. Selain itu, tarik dan setor tunai melalui jaringan Alfamart, Alfamidi, dan Dan+Dan memiliki biaya tertentu yang disesuaikan dengan kebijakan mitra.

Dari segi limit transaksi, Bank Aladin Syariah menetapkan batasan yang fleksibel agar tetap nyaman digunakan oleh nasabah. Tarik tunai di ATM memiliki batas maksimum harian sesuai ketentuan yang berlaku, sementara

transfer ke bank lain juga mengikuti regulasi yang ditetapkan. Untuk transaksi digital seperti pembayaran menggunakan QRIS serta fitur Bayar & Beli, limit harian disesuaikan dengan kebijakan perbankan guna menjaga keamanan dan kenyamanan transaksi.

b. Bisnis

Produk perbankan yang dirancang khusus untuk mendukung pelaku usaha dalam mengelola keuangan bisnis secara lebih efisien dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

1. Tabungan Ala Bisnis

Tabungan Ala Bisnis merupakan fitur dari Bank Aladin Syariah yang dirancang khusus untuk mendukung kebutuhan finansial para pelaku usaha, baik UMKM maupun bisnis skala lebih besar. Dengan Ala Bisnis, nasabah dapat dengan mudah mengelola keuangan bisnis secara digital melalui aplikasi Bank Aladin Syariah, tanpa perlu repot datang ke bank.

Melalui fitur ini, nasabah bisa memisahkan keuangan pribadi dan bisnis dengan lebih terstruktur, sehingga pencatatan arus kas menjadi lebih jelas dan rapi. Ala Bisnis juga mendukung berbagai transaksi seperti pembayaran ke supplier, transfer dana, serta penerimaan pembayaran dari pelanggan dengan lebih mudah dan efisien. Selain itu, fitur ini memberikan keleluasaan dalam mengatur keuangan bisnis dengan kemudahan pemantauan saldo dan transaksi secara real-time.

2. Deposito Ala Bisnis

Deposito Ala Bisnis merupakan produk simpanan berjangka dari Bank Aladin Syariah yang dirancang khusus untuk para pelaku usaha yang ingin mengembangkan dan mengoptimalkan dana bisnis mereka. Dengan Deposito Ala Bisnis, nasabah dapat menyimpan dana dalam jangka waktu tertentu dan memperoleh imbal hasil yang kompetitif sesuai dengan prinsip syariah.

Melalui fitur ini, nasabah dapat memilih tenor deposito sesuai dengan kebutuhan bisnis, mulai dari jangka pendek hingga jangka panjang. Keuntungan yang diperoleh dari Deposito Ala Bisnis dapat digunakan untuk ekspansi usaha, tambahan modal kerja, atau tujuan keuangan lainnya. Proses pembukaan deposito dapat dilakukan dengan mudah melalui aplikasi Bank Aladin Syariah, tanpa perlu datang ke kantor bank.

3. Giro Ala Bisnis Mudharabah

Giro Ala Bisnis Mudharabah merupakan produk giro dari Bank Aladin Syariah yang menggunakan akad Mudharabah, di mana dana yang disimpan oleh nasabah dikelola oleh bank sesuai dengan prinsip syariah. Produk ini dirancang khusus untuk pelaku usaha yang membutuhkan fleksibilitas dalam transaksi bisnis, seperti pembayaran ke supplier, penggajian karyawan, dan transaksi operasional lainnya.

Dengan Giro Ala Bisnis Mudharabah, nasabah dapat menikmati berbagai kemudahan, seperti akses transaksi digital melalui aplikasi Bank Aladin Syariah, pencatatan keuangan yang lebih rapi, serta potensi bagi hasil yang kompetitif berdasarkan nisbah yang disepakati. Nasabah juga dapat mengelola keuangan bisnis dengan lebih efisien tanpa harus khawatir terhadap unsur riba, karena seluruh operasional produk ini sesuai dengan prinsip syariah.

4.2 Karakteristik Responden

Subyek penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di wilayah Ketanggungan Selatan. Namun, peneliti memilih secara acak hanya 100 masyarakat sebagai responden. Untuk pengumpulan data, kuisioner dibagikan kepada responden dalam bentuk lembaran formulir yang di bagikan secara langsung dan Googleform melalui jejaring sosial. Tabel di bawah mengkategorikan responden sebagai berikut:

4.2.1 Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Identitas Responden (Jenis Kelamin)

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	54	54.0	54.0	54.0
	Perempuan	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

Berdasarkan **Tabel 4. 1**, diketahui bahwa dari total 100 responden, mayoritas berjenis kelamin laki-laki sebanyak 54 responden atau sebesar 54%. Sementara itu, responden perempuan berjumlah 46 responden atau sebesar 46% dari total

keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki.

4.2.2 Domisili

Tabel 4. 2 Identitas Responden (Domisili/Alamat)

		Alamat			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Jemasih	19	19.0	19.0	19.0
	Cisereuh	12	12.0	12.0	31.0
	Sindangjaya	18	18.0	18.0	49.0
	Pamedaran	13	13.0	13.0	62.0
	Cikeusal Kidul	20	20.0	20.0	82.0
	Cikeusal Lor	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

Berdasarkan **Tabel 4. 2**, diketahui bahwa responden dalam penelitian ini berasal dari berbagai desa yang ada di wilayah Kecamatan Ketanggungan Selatan. Jumlah responden terbanyak berasal dari Desa Cikeusal Kidul sebanyak 20 orang (20%). Selanjutnya, Jemasih menyumbang sebanyak 19 responden (19%), disusul oleh Sindangjaya dan Cikeusal Lor sebanyak 18 responden (18%), dan Pamedaran berjumlah 13 responden (13%). Terakhir, Desa Cisereuh menyumbang 12 responden (12%) dari total keseluruhan 100 responden.

4.2.3 Usia

Tabel 4. 3 Identitas Responden (Usia)

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-20 tahun	31	31.0	31.0	31.0
	21-30 tahun	35	35.0	35.0	66.0
	31-40 tahun	15	15.0	15.0	81.0
	41 tahun keatas	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

Berdasarkan *Tabel 4. 3*, responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia 21-30 tahun sebanyak 35 responden (35%), diikuti oleh kelompok usia 17-20 tahun sebanyak 31 responden (31%), kemudian usia 41 tahun keatas sebanyak 19 responden (19%), serta kelompok usia 31-40 tahun sebanyak 15 responden (15%). Dominasi responden dari rentang usia remaja akhir hingga awal dewasa ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada usia yang relatif akrab dengan penggunaan teknologi digital, termasuk layanan perbankan digital. Usia-usia tersebut umumnya merupakan generasi yang aktif menggunakan perangkat elektronik, media sosial, dan aplikasi berbasis digital, sehingga dianggap relevan dan representatif dalam menilai persepsi dan minat terhadap penggunaan bank digital syariah.

4.2.4 Pekerjaan

Tabel 4. 4 Identitas Responden (Pekerjaan)

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	37	37.0	37.0	37.0
	Wiraswasta	2	2.0	2.0	39.0
	PNS	1	1.0	1.0	40.0
	Buruh	28	28.0	28.0	68.0
	IRT	3	3.0	3.0	71.0
	Wirausaha	15	15.0	15.0	86.0
	Lainnya	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

Berdasarkan *Tabel 4. 1*, dapat diketahui bahwa responden penelitian ini memiliki latar belakang pekerjaan yang beragam. Mayoritas responden merupakan pelajar/mahasiswa dengan jumlah 37 orang (37%). Hal ini menunjukkan bahwa kelompok usia muda yang sedang menempuh pendidikan cukup dominan dalam penelitian ini, serta memiliki potensi besar dalam adopsi layanan digital. Selanjutnya, sebanyak 28 responden (28%) bekerja sebagai buruh, wirausaha menempati urutan ketiga dengan 15 responden (15%), terdapat 3 responden (3%) yang berstatus sebagai IRT (Ibu Rumah Tangga), 2 responden (2%) sebagai

wiraswasta, dan hanya 1 responden (1%) yang bekerja sebagai PNS. Sisanya sebanyak 14 responden (14%).

4.3 Uji Instrumen

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid¹⁵³. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (Pearson Correlation) dengan nilai r tabel. Kriteria uji validitas:

Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka instrumen penelitian dikatakan valid.

Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka instrumen penelitian dikatakan invalid.

Agar instrumen penelitian dapat dikatakan valid, nilai r hitung harus lebih besar daripada r tabel. Dengan rumus $r \text{ tabel} = N-2 = 30-2 = 28$ dengan taraf signifikansi 5%. Berdasarkan hasil tersebut diketahui nilai $r \text{ tabel} = 0,374$.

Tabel 4. 5 Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r hitung (Pearson Correlation)	r table	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan (X1)	X1P1	0,432	0,374	VALID
	X1P2	0,823	0,374	VALID
	X1P3	0,409	0,374	VALID
	X1P4	0,541	0,374	VALID
	X1P5	0,650	0,374	VALID
	X1P6	0,621	0,374	VALID
Fitur Layanan (X2)	X2P1	0,651	0,374	VALID
	X2P2	0,430	0,374	VALID

¹⁵³ Nilda Miftahul Janna and Herianto, "Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas," *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, no. 18210047 (2021): 1–12.

	X2P3	0,657	0,374	VALID
	X2P4	0,600	0,374	VALID
Kualitas Layanan (X3)	X3P1	0,728	0,374	VALID
	X3P2	0,777	0,374	VALID
	X3P3	0,640	0,374	VALID
	X3P4	0,746	0,374	VALID
	X3P5	0,587	0,374	VALID
	X3P6	0,683	0,374	VALID
	X3P7	0,623	0,374	VALID
Minat Menggunakan (Y)	YP1	0,634	0,374	VALID
	YP2	0,451	0,374	VALID
	YP3	0,546	0,374	VALID
	YP4	0,588	0,374	VALID
	YP5	0,689	0,374	VALID

Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa kuesioner memenuhi syarat minimum untuk dinyatakan valid. Hal ini berarti nilai r hitung harus lebih besar dari r tabel sebesar 0,374, yang dapat diverifikasi melalui tabel di atas. Karena nilai r hitung melebihi r tabel, maka seluruh pertanyaan dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Konsep dalam reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran yang digunakan bersifat tetap terpercaya serta terbebas dari galat pengukuran (measurement error)¹⁵⁴. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana konsistensi jawaban responden terhadap setiap pertanyaan dalam masing-masing variabel. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan analisis koefisien alpha Cronbach (α). Suatu kuesioner dianggap reliabel apabila

¹⁵⁴ Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*.

nilai Cronbach's alpha (α) lebih besar dari 0,6. Berikut ini adalah tabel ringkasan hasil perhitungan uji reliabilitas.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabiliti Persepsi Kemudahan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.738	6

Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabiliti Fitur Layanan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.685	4

Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabiliti Kualitas Layanan (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.839	7

Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabiliti Minat Menggunakan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.651	5

Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas Keseluruhan

Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan	0,738	Reliabel
Fitur Layanan	0,685	Reliabel
Kualitas Layanan	0,839	Reliabel

Minat Menggunakan	0,651	Reliabel
-------------------	-------	----------

Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

Berdasarkan **Tabel 4. 10**, dapat disimpulkan bahwa seluruh kuesioner dalam penelitian ini memenuhi kriteria reliabilitas, karena nilai koefisien Cronbach's alpha (α) telah memenuhi persyaratan minimum, yaitu lebih besar dari 0,6. Adapun hasil perhitungan koefisien reliabilitas untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Koefisien Cronbach's alpha (α) untuk variabel Kemudahan Penggunaan (X1) sebesar 0,738.
2. Koefisien Cronbach's alpha (α) untuk variabel Fitur Layanan (X2) sebesar 0,685.
3. Koefisien Cronbach's alpha (α) untuk variabel Kualitas Layanan (X3) sebesar 0,839.
4. Koefisien Cronbach's alpha (α) untuk variabel Minat (Y) sebesar 0,651

Dengan demikian, seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel, karena memiliki nilai koefisien Cronbach's alpha yang melebihi batas minimum.

4.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linear berganda berbasis Ordinary Least Squares (OLS)¹⁵⁵. Dalam penelitian ini, dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan valid dan menghasilkan estimasi yang akurat, sehingga hasil dan kesimpulan yang diperoleh dapat diandalkan. Uji asumsi klasik yang digunakan meliputi tiga jenis uji, yaitu: Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dan analisis grafik *P-P Plot*, uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), dan uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Glejser dan analisis grafik *Scatterplot*.

4.4.1 Uji Normalitas

Dalam analisis statistik, uji normalitas merupakan langkah penting yang digunakan untuk menilai apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak¹⁵⁶. Uji normalitas pada penelitian ini menganalisis grafik Hologram, grafik *P-P Plot*, dan Kolmogorov-Smirnov Test. Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui

¹⁵⁵ Aditiya, Evani, and Maghfiroh, "Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda."

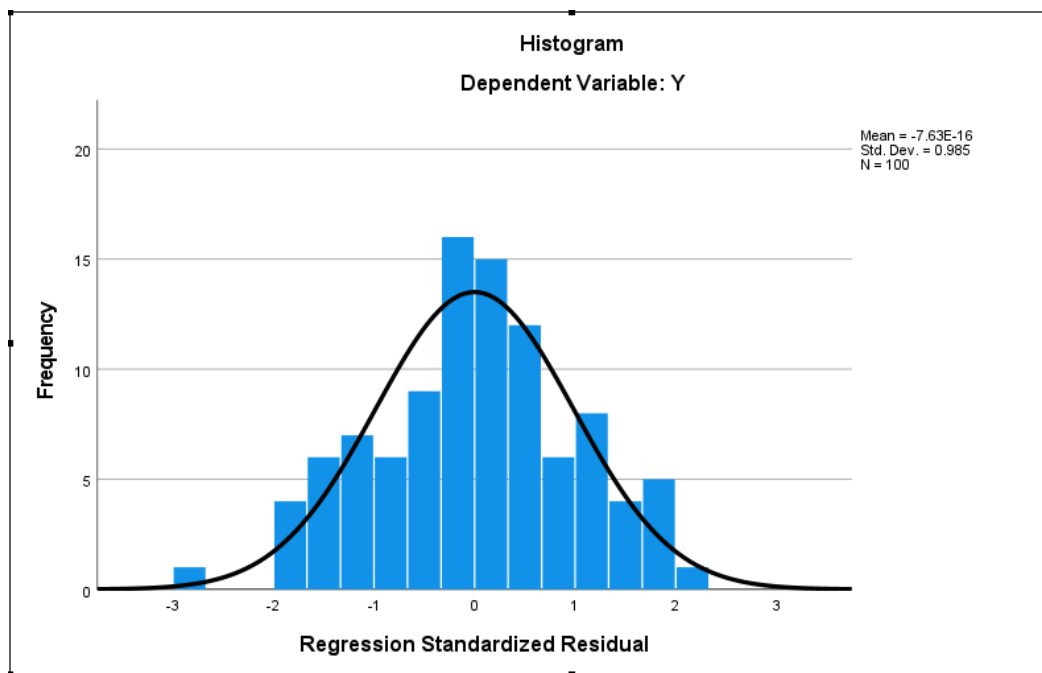
¹⁵⁶ Muhammad Isnaini et al., "Teknik Analisis Data Uji Normalitas ANOVA," *JurnalCendekiaIlmiah* 4, no. 2 (2013): 170, <https://ulilalbabinstitute.id/index.php/J-CEKI/article/view/7007/5922>.

apakah data residual dari model regresi berdistribusi normal, yang merupakan salah satu asumsi dasar dalam analisis regresi linear klasik.

a. Hologram

Grafik Histogram digunakan untuk melihat bentuk distribusi residual secara grafis. Data residual dinyatakan mendekati distribusi normal apabila histogram menunjukkan pola menyerupai kurva lonceng (*bell-shaped curve*) yang simetris di sekitar nilai rata-rata, tanpa kemencengan (*skewness*) yang signifikan¹⁵⁷.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas (Histogram)



Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

Berdasarkan hasil output, Histogram juga menunjukkan bentuk distribusi residual yang menyerupai kurva lonceng (*bell-shaped curve*) dan simetris di sekitar nilai rata-rata. Tidak terdapat kemencengan (*skewness*) yang berarti, sehingga semakin memperkuat kesimpulan bahwa residual berdistribusi normal.

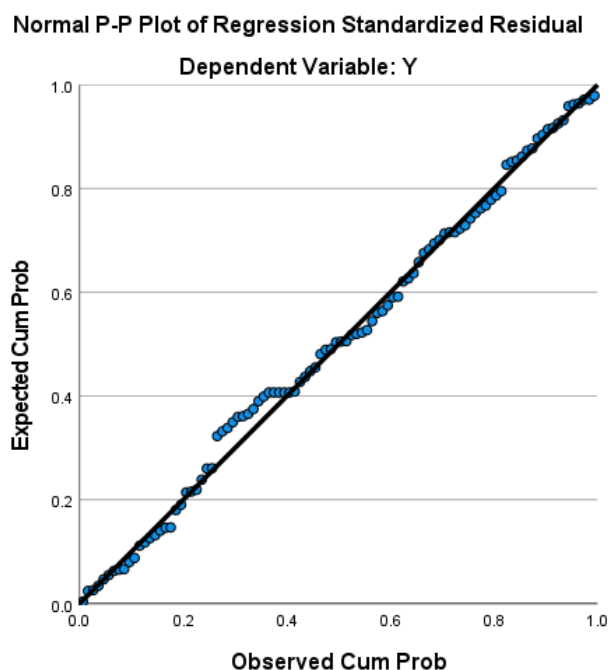
b. P-P Plot

Analisis P-P Plot digunakan sebagai pendukung dalam menilai kenormalan data secara visual. Grafik ini menampilkan perbandingan antara nilai kumulatif observasi (data aktual) dengan nilai kumulatif yang diharapkan berdasarkan distribusi normal. Data dikatakan berdistribusi normal apabila titik-titik pada

¹⁵⁷ Isnaini et al.

grafik P-P Plot tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut secara konsisten, tanpa penyimpangan besar¹⁵⁸.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas (P-P Plot)



Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

Berdasarkan hasil output P-P Plot, titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut secara konsisten, tanpa menunjukkan penyimpangan yang signifikan. Pola ini mengindikasikan bahwa distribusi residual berdistribusi normal

c. Kolmogorov-Smirnov

Kolmogorov-Smirnov Test bekerja dengan cara membandingkan distribusi kumulatif empiris dari data dengan distribusi kumulatif teoritis (dalam hal ini distribusi normal). Uji ini menghasilkan nilai signifikansi (p-value) yang menjadi dasar dalam pengambilan keputusan. Syarat uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dikatakan terpenuhi apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$)¹⁵⁹.

¹⁵⁸ Isnaini et al.

¹⁵⁹ Isnaini et al.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov Test)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.19091282
Most Extreme Differences	Absolute		.060
	Positive		.037
	Negative		-.060
Test Statistic			.060
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.499
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.486
		Upper Bound	.511
<p>a. Test distribution is Normal.</p> <p>b. Calculated from data.</p> <p>c. Lilliefors Significance Correction.</p> <p>d. This is a lower bound of the true significance.</p> <p>e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.</p>			

Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

Berdasarkan hasil output Kolmogorov-Smirnov Test, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,494. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa residual dalam model regresi ini berdistribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan linear yang tinggi antar variabel independen (bebas). Gejala multikolinearitas yang tinggi dapat menyebabkan ketidakakuratan dalam estimasi koefisien regresi dan menurunkan reliabilitas model. Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan Tolerance untuk masing-masing variabel independen. Syarat tidak terjadi multikolinearitas adalah apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai Tolerance lebih dari 0,10¹⁶⁰.

¹⁶⁰ Setia Ningsih and Hendra H. Dukalang, "Penerapan Metode Suksesif Interval Pada Analsis Regresi Linier Berganda," *Jambura Journal of Mathematics* 1, no. 1 (2019): 43–53, <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	X1	.592	1.688
	X2	.608	1.645
	X3	.553	1.810

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas menunjukkan:

1. Tolerance X1 sebesar 0,592 lebih besar dari 0,10 dan VIF sebesar 1,688 kurang dari 10 yang berarti X1 memenuhi syarat dan tidak terdapat gejala Multikolinearitas.
2. Tolerance X1 sebesar 0,608 lebih besar dari 0,10 dan VIF sebesar 1,645 kurang dari 10 yang berarti X1 memenuhi syarat dan tidak terdapat gejala Multikolinearitas.
3. Tolerance X1 sebesar 0,553 lebih besar dari 0,10 dan VIF sebesar 1,810 kurang dari 10 yang berarti X1 memenuhi syarat dan tidak terdapat gejala Multikolinearitas.

4.4.3 Uji Heterokedastisitas

Penelitian ini menggunakan dua metode untuk mendeteksi dan mengatasi gejala heteroskedastisitas, yaitu Uji Glejser dan analisis grafik Scatterplot untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual ($|e|$) terhadap masing-masing variabel independen. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mendeteksi apakah terdapat hubungan yang signifikan antara nilai residual dan variabel independen, yang menjadi indikasi adanya heteroskedastisitas. Penelitian ini juga menggunakan analisis Scatterplot sebagai uji pendukung. Scatterplot menampilkan hubungan antara nilai prediksi dan residual. Hasil analisis menunjukkan bahwa titik-titik pada scatterplot menyebar secara acak di atas dan di bawah sumbu horizontal tanpa membentuk pola tertentu. Hal ini mengindikasikan tidak adanya gejala heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.

Syarat terpenuhinya uji Glejser adalah apabila nilai signifikansi (Sig.) dari hasil regresi untuk masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05. Nilai tersebut

menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen dengan nilai residual absolut, sehingga dapat disimpulkan bahwa model terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Heterokedastisitas

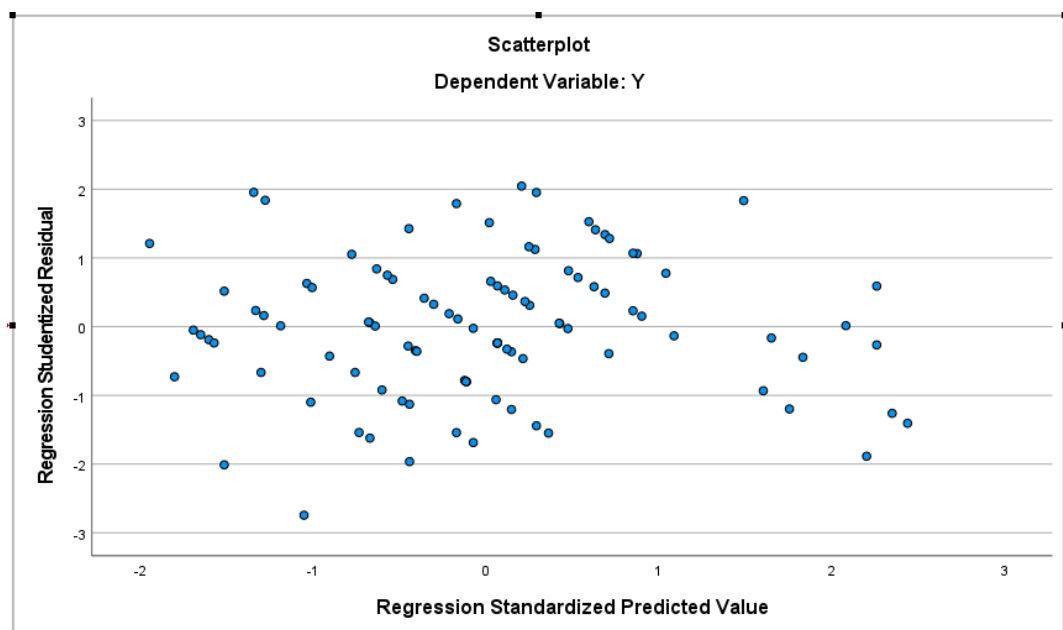
Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.630	.798		.789	.432
	X1	.018	.041	.058	.442	.660
	X2	-.018	.049	-.047	-.362	.718
	X3	.006	.028	.027	.197	.844

a. Dependent Variable: abs

Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh nilai signifikansi berada di atas 0,05, dengan rincian nilai signifikansi X1 sebesar 0,660 > 0,05, nilai signifikansi X2 sebesar 0,718 > 0,05, dan nilai signifikansi X3 sebesar 0,844 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terbebas dari gejala heterokedastisitas.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Heterokedastisitas (Scatterplot)



Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

Berdasarkan output Scatterplot, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah sumbu horizontal, tanpa membentuk pola tertentu. Pola penyebaran ini memperkuat hasil uji Glejser bahwa model regresi yang digunakan bebas dari gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan metode analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen secara simultan dan parsial. Uji ini bertujuan untuk melihat bagaimana masing-masing variabel bebas memberikan kontribusi terhadap perubahan variabel terikat, baik secara bersama-sama maupun secara individual.

4.5.1 Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda. Metode ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara simultan maupun parsial, serta menentukan arah hubungan pengaruh tersebut, apakah positif atau negatif. Analisis ini juga digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen mengalami peningkatan atau penurunan sebagai akibat dari perubahan pada variabel independen. Persamaan regresi diperoleh melalui uji regresi dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a			
		Unstandardized Coefficients	
Model		B	Std. Error
1	(Constant)	2.220	1.303
	X1	.164	.067
	X2	.435	.079
	X3	.256	.046

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

Berdasarkan output Uji Regresi Linear Berganda, hasil menunjukkan bahwa nilai konstanta (α) sebesar 2.220 dan nilai koefisiensi regresi Variabel Persepsi Kemudahan (X1) bernilai $\beta = 0,164$, Variabel Fitur Layanan (X2) bernilai $\beta = 0,435$,

dan Variabel Kualitas Layanan (X3) bernilai $\beta = 0,256$. Berdasarkan data tersebut maka diperoleh persamaan Regresi Linear berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 2.220 + 0,164 + 0,435 + 0,256 + e$$

Interpretasi Persamaan Regresi Linear Berganda

1. Nilai Konstanta yang diperoleh sebesar 2.220 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen dalam model dianggap konstan atau bernilai nol, maka minat masyarakat dalam menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah diperkirakan sebesar 2.220. Artinya, meskipun tidak dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kualitas layanan, minat awal masyarakat untuk menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah tetap berada pada angka dasar tersebut.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel X1 (Persepsi Kemudahan) bernilai positif sebesar (0,164) menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada persepsi kemudahan akan meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan Bank Aladin Syariah sebesar 0,164 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Karena nilai koefisiennya positif, maka dapat disimpulkan bahwa semakin mudah masyarakat memandang penggunaan aplikasi Bank Aladin Syariah, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakannya.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel X2 (Fitur Layanan) bernilai positif sebesar (0,435) menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada persepsi terhadap fitur layanan akan meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan Bank Aladin Syariah sebesar 0,435 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Karena koefisien ini bernilai positif, maka dapat diartikan bahwa semakin baik masyarakat menilai fitur-fitur layanan yang disediakan oleh Bank Aladin Syariah, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut.
4. Nilai koefisien regresi untuk variabel X3 (Kualitas Layanan) bernilai positif sebesar 0,256 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada persepsi kualitas layanan akan meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan Bank Aladin Syariah sebesar 0,256 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Karena koefisiennya positif, maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi

kualitas layanan yang dirasakan oleh masyarakat, maka semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan aplikasi Bank Aladin Syariah.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji Koefisien regresi (Uji T)

Uji signifikansi variabel (uji t) bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yang diformulasikan dalam model¹⁶¹. Sampel pada penelitian ini sejumlah 100, nilai t table dihitung menggunakan rumus $df = 100 - 3 - 1 = 96$ dengan tingkat signifikansi 0,05 diperoleh nilai t table sebesar 1,984.

Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat besaran nilai *t* hitung dan nilai signifikansi (*p-value*). Adapun kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi (*p-value*) < 0,05 dan *t* hitung > *t* tabel, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Artinya, H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Jika nilai signifikansi (*p-value*) > 0,05 dan *t* hitung < *t* tabel, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Artinya, H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.220	1.303		1.704	.092
	X1	.164	.067	.177	2.458	.016
	X2	.435	.079	.391	5.479	<.001
	X3	.256	.046	.414	5.531	<.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

Interpretasi hasil Uji t

¹⁶¹ F M Leon, R V Suryaputri, and T K Purnamaningrum, *Metode Penelitian Kuantitatif: Manajemen, Keuangan, Dan Akuntansi* (Penerbit Salemba, 2023).

1. H1 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah

Berdasarkan hasil uji t , diperoleh bahwa variabel Persepsi Kemudahan memiliki koefisien regresi bernilai positif sebesar (0,164) nilai signifikansi (p -value) 0,016 < 0,05 dan nilai t hitung (2.458) > t tabel (1.984). Karena Koefisien regresi bernilai positif, nilai signifikansi < 0,05 dan t hitung > t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, semakin mudah aplikasi Bank Aladin Syariah dipersepsikan oleh masyarakat, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakannya.

2. H2 : Fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah.

Berdasarkan hasil uji t , diperoleh bahwa variabel Fitur Layanan memiliki koefisien regresi bernilai positif sebesar (0,435) nilai signifikansi (p -value) (<0,01) < 0,05 dan nilai t hitung (5.479) > t tabel (1.984). Karena Koefisien regresi bernilai positif, nilai signifikansi < 0,05 dan t hitung > t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya, semakin baik fitur layanan yang ditawarkan oleh Bank Aladin Syariah, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut.

3. H3 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah.

Berdasarkan hasil uji t , diperoleh bahwa variabel Fitur Layanan memiliki koefisien regresi bernilai positif sebesar (0,256) nilai signifikansi (p -value) (<0,01) < 0,05 dan nilai t hitung (5.531) > t tabel (1.984). Karena Koefisien regresi bernilai positif, nilai signifikansi < 0,05 dan t hitung > t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya, semakin baik kualitas layanan yang dirasakan oleh masyarakat, maka semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan aplikasi Bank Aladin Syariah

4.6.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah metode pengujian statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi. Sampel pada penelitian ini adalah 100, nilai F tabel dihitung berdasarkan df (N1) dan df (N2) dengan taraf signifikansi 0,05.

Df (N1) = jumlah variabel independen = 3

Df (N2) = jumlah sampel - 3 = 100 - 3 = 97

Tabel 4. 19 Distribusi F probabilita 0,05

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76

Dengan demikian nilai F tabel pada penelitian ini 2.70. Kriteria pengambilan keputusan uji F yaitu:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi ($p-value$) $< 0,05$, maka model regresi dinyatakan signifikan secara simultan.
- Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$, maka model regresi tidak signifikan secara simultan.

Tabel 4. 20 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	333.031	3	111.010	75.900	<.001 ^b
	Residual	140.409	96	1.463		
	Total	473.440	99			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

Keterangan	Nilai	Hasil Uji	Kesimpulan
F hitung	75.900	75.900 > 2.70	Berpengaruh positif dan signifikan
F tabel	2.70		
Sign.	< 0,001	(<0,001) < 0,05	Berpengaruh positif dan signifikan
Alpha	0,05		

Berdasarkan hasil uji F (ANOVA), diperoleh nilai F hitung sebesar (75.900) dan nilai signifikansi sebesar (<0.001). Karena nilai F hitung (75.900) > F tabel (2.70) dan nilai signifikansi (*p-value*) (<0.01) < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan secara simultan. Artinya, variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

4.6.3 Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) merupakan besaran yang menunjukkan proporsi variasi variabel independen yang mampu menjelaskan variasi variabel dependen¹⁶².

¹⁶² F M Leon, R V Suryaputri, and T K Purnamaningrum, *Metode Penelitian Kuantitatif: Manajemen, Keuangan, Dan Akuntansi* (Penerbit Salemba, 2023).

Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 ^a	.703	.694	1.20938
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1				

Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,703. Hal ini menunjukkan bahwa 70,3% variasi dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang digunakan dalam model regresi yaitu variabel Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kualitas Layanan, sedangkan sisanya sebesar 29,7% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Untuk mengetahui kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, digunakan perhitungan Sumbangan Efektif (SE) dan Sumbangan Relatif (SR).

Tabel 4. 22 Hasil Uji Koefisien Korelasi

		Correlations			
		Y	X1	X2	X3
Pearson Correlation	Y	1.000	.632	.725	.745
	X1	.632	1.000	.536	.593
	X2	.725	.536	1.000	.579
	X3	.745	.593	.579	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	<.001	<.001	<.001
	X1	.000	.	.000	.000
	X2	.000	.000	.	.000
	X3	.000	.000	.000	.
N	Y	100	100	100	100
	X1	100	100	100	100
	X2	100	100	100	100
	X3	100	100	100	100

Sumber: Output SPSS (Data diolah 2025)

a. Sumbangan Efektif (SE)

Sumbangan Efektif (SE) adalah besarnya kontribusi nyata (dalam bentuk persentase) dari masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel

dependen¹⁶³. Nilai SE menunjukkan berapa besar pengaruh variabel X terhadap Y dalam bentuk persentase dari total pengaruh.

$$SE(X)\% = \text{Beta}_X \times \text{Koefisien Korelasi} \times 100\%$$

ATAU

$$SE(X)\% = \text{Beta}_X \times r_{xy} \times 100\%$$

Sumber : www.spss.com

Variabel	Koefisien Regresi (BETA)	Koefisien Korelasi	R Square
X1	0,177	0,632	0,703
X2	0,391	0,725	
X3	0,414	0,745	

Berdasarkan data dan rumus diatas, maka:

$$\begin{aligned} SE (X1) \% &= 0,177 \times 0,632 \times 100\% \\ &= 11,2 \% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} SE (X2) \% &= 0,391 \times 0,725 \times 100\% \\ &= 28,3 \% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} SE (X3) \% &= 0,414 \times 0,745 \times 100\% \\ &= 30,8 \% \end{aligned}$$

$$\text{Total} = 70,3\%$$

Berdasarkan perhitungan sumbangan efektif (SE%), dapat dijelaskan bahwa kontribusi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut:

1. Variabel X1 memberikan kontribusi 11,2% terhadap variabel Y
2. Variabel X2 memberikan kontribusi 28,3% terhadap variabel Y
3. Variabel X3 memberikan kontribusi 30,8% terhadap variabel Y.

b. Sumbangan Relatif (SR)

Sumbangan Relatif (SR) adalah persentase kontribusi variabel bebas terhadap jumlah kuadrat regresi yang sama dengan atau lebih dari 100%¹⁶⁴. Sumbangan Relatif

¹⁶³ Hikmah Hikmah, Abdul Qodir, and Nurul Wahdah, "Aktivitas Belajar Dan Motivasi Belajar: Apakah Efektif Dalam Mengembangkan Hasil Belajar Pendidikan Agama Islam Peserta Didik," *Jurnal Pendidikan Agama Islam Al-Thariqah* 7, no. 2 (2022): 340–58, [https://doi.org/10.25299/al-thariqah.2022.vol7\(2\).10555](https://doi.org/10.25299/al-thariqah.2022.vol7(2).10555).

¹⁶⁴ Hikmah Hikmah, Abdul Qodir, and Nurul Wahdah.

(SR) adalah persentase perbandingan antara SE suatu variabel dengan total sumbangan seluruh variabel independen. Dengan kata lain, SR menunjukkan seberapa besar proporsi kontribusi suatu variabel independen dibandingkan variabel independen lainnya dalam menjelaskan variabel dependen.

$$\text{SR}(X)\% = \frac{\text{SumbanganEfektif}(X)\%}{R_{\text{Square}}}$$

ATAU

$$\text{SR}(X)\% = \frac{\text{SE}(X)\%}{R^2}$$

Sumber : www.spss.com

Berdasarkan rumus diatas, maka:

$$\text{SR}(X1) = \frac{11,2\%}{0,703}$$

$$= 15,9\%$$

$$\text{SR}(X2) = \frac{28,3\%}{0,703}$$

$$= 40,3\%$$

$$\text{SR}(X3) = \frac{30,8\%}{0,703}$$

$$= 43,8\%$$

$$\text{Total} = 100\%$$

Berdasarkan perhitungan sumbangan relatif (SR%), dapat dianalisis proporsi kontribusi masing-masing variabel bebas terhadap total pengaruh ketiga variabel terhadap variabel terikat Y. Hasil perhitungannya menunjukkan:

1. Variabel X1 memberikan sumbangan relatif sebesar 15,9% dari total pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel Y, sehingga kontribusinya tergolong paling kecil di antara ketiga variabel.
2. Variabel X2 memberikan sumbangan relatif sebesar 40,3% terhadap total pengaruh, menempati posisi kedua dalam hal dominasi pengaruh terhadap variabel Y.
3. Variabel X3 memberikan sumbangan relatif terbesar, yaitu 43,8% dari total pengaruh semua variabel bebas terhadap Y, sehingga dapat dikatakan X3

merupakan variabel yang paling dominan dan berperan signifikan dalam memengaruhi variabel terikat.

4.8 Pembahasan Hasil Uji Data

A. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah

Berdasarkan hasil analisis variabel Persepsi Kemudahan memiliki nilai koefisien beta sebesar (0,164) dengan nilai t hitung sebesar (2,458) dan tingkat signifikansi ($0,016 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Bank Aladin Syariah. Artinya, setiap peningkatan satu satuan persepsi kemudahan akan meningkatkan minat menggunakan sebesar 0,164 satuan.

Nilai beta standar sebesar 0,177 dan nilai sumbangan efektif (SE) sebesar 11,2% menunjukkan bahwa pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan relatif lebih kecil dibandingkan dengan variabel lainnya. Berdasarkan perhitungan sumbangan relative (SR%), kontribusi persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan aplikasi adalah sebesar 16%, Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun pengaruhnya lebih kecil dibanding variabel lain, persepsi kemudahan tetap memiliki peran penting dalam mendorong pengguna untuk mencoba dan terus menggunakan aplikasi. Hasil ini berbeda dengan pra-riset yang menempatkan kemudahan sebagai faktor pilihan terbanyak kedua setelah keamanan. Perbedaan ini kemungkinan disebabkan oleh fakta bahwa bank syariah digital seperti Bank Aladin masih relatif baru, sehingga sebagian responden mungkin belum sepenuhnya mengeksplorasi atau merasakan kemudahan yang ditawarkan oleh Aplikasi Bank Aladin Syariah.

Indikator persepsi kemudahan meliputi : Kemudahan sistem untuk dipelajari, Kemudahan sistem untuk dikendalikan, Interaksi dengan sistem yang jelas dan mudah dipahami, Fleksibilitas interaksi, dan Mudah untuk terampil menggunakan system. Walaupun pengaruhnya tidak sebesar variabel lain, kemudahan tetap menjadi faktor penting yang dapat mendorong pengguna untuk mencoba dan terus menggunakan aplikasi. Dengan layanan ini, nasabah tidak perlu lagi menempuh perjalanan jauh, melainkan dapat mengakses layanan perbankan dengan lebih praktis dan efisien.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rio Arkan Syafiq yang menyatakan Persepsi Kemudahan Berpengaruh Positif terhadap Minat menabung

di Aplikasi Bank Aladin Syariah¹⁶⁵. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Rahma Kurnia Salma juga menyatakan Variabel Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan BSI Mobile¹⁶⁶. Selaras dengan penelitian Heny Agustina yang juga menyatakan Variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking¹⁶⁷.

B. Pengaruh Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah

Berdasarkan hasil analisis variabel Fitur Layanan memiliki nilai koefisien beta sebesar (0,435) dengan nilai t hitung sebesar (5,479) dan tingkat signifikansi ($(\ll 0,001) < 0,05$). Hal ini berarti fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Bank Aladin Syariah. Artinya, setiap peningkatan satu satuan fitur layanan akan meningkatkan minat menggunakan sebesar 0,435 satuan.

Nilai beta standar sebesar 0,391 serta nilai sumbangan efektif (SE) sebesar 29,1% menunjukkan bahwa pengaruh fitur layanan terhadap minat menggunakan cukup besar. Berdasarkan perhitungan sumbangan relatif (SR), kontribusi fitur layanan terhadap minat menggunakan aplikasi tercatat sebesar 41%. Hasil ini menegaskan bahwa fitur layanan memiliki pengaruh besar dan menempati posisi kedua setelah kualitas layanan. Hasil ini berbeda dengan pra-riset yang menempatkan fitur di bawah kemudahan. Perubahan ini kemungkinan dipengaruhi oleh adanya fitur-fitur praktis yang sangat relevan dengan kebutuhan responden di lokasi penelitian, seperti layanan tarik tunai melalui jaringan ritel Alfamart. Fitur ini memudahkan nasabah untuk mengambil uang tunai tanpa harus datang ke kantor cabang, yang jaraknya cukup jauh dari lokasi penelitian, sekaligus memungkinkan mereka berbelanja kebutuhan sehari-hari di tempat yang sama.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rio Arkan Syafiq yang menyatakan Fitur Layanan Berpengaruh terhadap minat menabung di aplikasi Bank Aladin Syariah¹⁶⁸. Selaras dengan penelitian Rahma Kurnia Salma yang menyatakan Variabel Fitur Layanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah

¹⁶⁵ Syafiq, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Transparansi, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Aplikasi Bank Aladin Syariah."

¹⁶⁶ Rahma Kurnia Salma, "PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN BSI MOBILE."

¹⁶⁷ Agustina, "Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri)."

¹⁶⁸ Syafiq, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Transparansi, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Aplikasi Bank Aladin Syariah."

menggunakan BSI Mobile¹⁶⁹. Dan penelitian Heny Agustina yang menyatakan Variabel Fitur Layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking¹⁷⁰.

C. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah

Berdasarkan hasil analisis variabel Kualitas Layanan memiliki nilai koefisien beta sebesar (0,256) dengan nilai t hitung sebesar (5.531) dan tingkat signifikansi ($< 0,05$) ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Bank Aladin Syariah. Artinya, setiap peningkatan satu satuan kualitas layanan akan meningkatkan minat menggunakan sebesar 0,256 satuan.

Nilai beta standar sebesar 0,414 serta nilai sumbangan efektif (SE) sebesar 30% menunjukkan bahwa kualitas layanan adalah variabel dengan pengaruh terbesar terhadap minat menggunakan dibandingkan dengan variabel lainnya. Berdasarkan perhitungan sumbangan relatif (SR), kontribusi kualitas layanan tercatat sebesar 44%, menjadikannya sebagai faktor dominan dalam model penelitian ini. Temuan ini sejalan dengan hasil pra-riset yang menunjukkan bahwa indikator keamanan menjadi aspek yang paling banyak dipilih responden sebagai faktor penting yang mempengaruhi minat menggunakan layanan perbankan syariah. Dalam konteks perbankan digital, keamanan menjadi kunci utama yang memengaruhi kepercayaan nasabah. Aplikasi yang mampu memberikan perlindungan tinggi terhadap informasi dan transaksi akan membangun rasa aman, sehingga mendorong minat untuk menggunakan secara berkelanjutan.

Selain keamanan, indikator kualitas layanan lainnya seperti kecepatan layanan, keakuratan informasi, dan layanan customer service juga berkontribusi terhadap peningkatan minat. Kecepatan dalam memproses transaksi membuat pengguna merasa efisien dalam bertransaksi, keakuratan informasi membantu pengguna mengambil keputusan finansial dengan tepat, dan layanan customer service memberikan pengalaman positif yang meningkatkan loyalitas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Brian Dwi Saputro dan Sukirno yang menyatakan bahwa Variabel Kualitas Layanan berpengaruh terhadap

¹⁶⁹ Rahma Kurnia Salma, "PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN BSI MOBILE."

¹⁷⁰ Agustina, "Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri)."

Minat Menggunakan Internet Banking¹⁷¹. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Achmad Fandi juga menyatakan Variabel Kualitas Layanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya¹⁷².

¹⁷¹ Saputro and Sukirno, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking.”

¹⁷² Fandi, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya.”

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisis data peneliti, dan dengan meneliti variabel kemudahan penggunaan, fitur layanan, dan kualitas layanan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan Bank Aladin Syariah, peneliti memperoleh hasil sebagai berikut:

1. Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes untuk menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh nilai koefisien beta sebesar (0,164) dengan nilai t hitung sebesar (2,458) dan tingkat signifikansi ($0,016 < 0,05$). Besarnya pengaruh ditunjukkan oleh nilai beta standar sebesar 0,177. Kontribusi variabel ini terhadap minat menggunakan ditunjukkan oleh nilai sumbangan relatif (SR) sebesar 16%, yang berarti persepsi kemudahan tetap berperan penting meskipun kontribusinya lebih kecil dibandingkan variabel lainnya.
2. Fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes untuk menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh nilai koefisien beta sebesar (0,435) dengan nilai t hitung sebesar (5,479) dan tingkat signifikansi ($<0,001 < 0,05$). Besarnya pengaruh ditunjukkan oleh nilai beta sebesar 0,435, Kontribusi variabel ini terhadap minat menggunakan ditunjukkan oleh nilai sumbangan relatif (SR) sebesar 41%, sehingga fitur layanan menjadi faktor penting kedua setelah kualitas layanan.
3. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes untuk menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh nilai koefisien beta sebesar (0,256) dengan nilai t hitung sebesar (5,531) dan tingkat signifikansi ($<0,05 < 0,05$). Besarnya pengaruh ditunjukkan oleh nilai beta sebesar 0,414, Kontribusi variabel ini terhadap minat menggunakan ditunjukkan oleh nilai sumbangan relatif (SR) sebesar 44%, menjadikannya faktor dominan dalam penelitian ini.

5.2 Saran

1. Bagi industri perbankan secara umum, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan dengan memperhatikan kebutuhan nasabah yang dinamis. Selain itu, perbankan perlu mendorong inovasi produk serta merancang strategi pemasaran

yang lebih kreatif agar mampu menarik minat masyarakat, terutama generasi muda yang akrab dengan teknologi digital.

2. Bagi pengembang teknologi perbankan, perlu merancang fitur-fitur layanan digital yang lebih *user-friendly*, aman, dan efisien. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat serta kepuasan nasabah, pengembang diharapkan dapat menciptakan solusi inovatif yang sesuai dengan karakteristik masyarakat, baik di perkotaan maupun di daerah terpencil.
3. Bagi Bank Aladin Syariah, penelitian ini menyarankan agar bank lebih mengoptimalkan kemitraan dengan berbagai pihak serta meningkatkan kualitas layanan digital. Hal ini dapat dilakukan melalui edukasi keuangan, promosi yang lebih luas, serta penyediaan layanan yang mudah diakses, sehingga minat masyarakat untuk menggunakan Bank Aladin Syariah dapat terus meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, Nanda Yoga, Elsa Saphira Evani, and Siti Maghfiroh. "Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda." *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman* 2, no. 2 (2023): 102–10. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>.
- Agustina, Heny. "Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri)." *Jurnal Manajemen Kinerja* 3, no. 1 (2017): 24–29.
- Al-Hasni, Fariz. "Akad Mudharabah Mutlaqah Dalam Praktik Perbankan Syariah." *Mu'amalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 9, no. 2 (2017): 208–22. <https://doi.org/10.20414/mu.v9i2.2019>.
- Aliya Hanafi. "Analisis Kinerja Bank Aladin Syariah Dengan Metode Risk Based Bank Rating (RBBR) Periode 2020-2023" 4 (2016): 1–23.
- Andini, Annisa Putri, and Rachma Indrarini. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Sidoarjo." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 7, no. 2 (2024): 158–71. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v7n2.p158-171>.
- Anggraeni, Munif. "Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada PT BANK BRI Syariah KCP Majapahit Semarang)," 2020, 1–145.
- Apriyanti, Hani Werdi. "Model Inovasi Produk Perbankan Syariah Di Indonesia." *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2018): 83–104. <https://doi.org/10.21580/economica.2018.9.1.2053>.
- Ardianto, Khowin, and Nurul Azizah. "Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna Di Kota Surabaya." *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* 23, no. 1 (2021): 13. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.511>.
- Arfaizar, Januariansyah, Navirta Ayu, Fitri Riyanto, Yusdani Yusdani, and Selamat Muliadi. "Dinamika Kontemporer Dalam Transaksi Perbankan Syariah Dan Problematikanya." *Wadiah* 7, no. 2 (2023): 163–91. <https://doi.org/10.30762/wadiah.v7i2.327>.

- Badan Pusat Statistik Kota Brebes. “Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Desa/Kelurahan Di Kecamatan Ketanggungan 2023.” *Badan Pusat Statistik*, n.d. <https://bandarlampungkota.bps.go.id/indicator/12/32/1/jumlah-penduduk-berdasarkan-jenis-kelamin-dan-kecamatan.html>.
- Candra Susanto, Primadi, Dewi Ulfah Arini, Lily Yuntina, Josua Panatap Soehaditama, and Nuraeni Nuraeni. “Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka).” *Jurnal Ilmu Multidisplin* 3, no. 1 (2024): 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3il.504>.
- Cupian, Ugi Valentino, and Sarah Annisa Noven. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Bank Digital Syariah Pada Generasi Z: Studi Kasus Di Kota Bogor.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 02 (2022): 1679–88. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5299>.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia, 2021.
- Davis, Fred D. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.” *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989): 319–39. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Djaakum, Cita Sary. “Peer to Peer Lending Against Ease of Business Technology Acceptance Model (TAM) Approach.” *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 10, no. 2 (2019): 217–38. <https://doi.org/10.21580/economica.2019.10.2.3476>.
- Euglezyano, Gary, and Sri Murtiasih. “Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Persepsi Biaya Dan Positive Of Mouth (Wom) Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BCA.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)* 5, no. 1 (2025): 29–52. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v5il.455>.
- Evermos. “Aladin Bagi-Bagi Bonus Komisi Lagi: Mulai Tanggal 24-31 Mei 2022” Post Facebook / Social media post, 2022. https://web.facebook.com/evermos.id/posts/aladin-bagi-bagi-bonus-komisi-lagimulai-tanggal-24-31-mei-2022-kamu-bisa-mendapa/1072985760006724/?_rdc=1&_rdr#.
- Fandi, Achmad. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile

- Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya.” *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 3 (2019): 110–17. <http://jurnal.mahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/>.
- Fandy Tjiptono, Ph.D & Gregorius Chandra. *Service, Quality and Satisfaction*. 3 rd editi. Andi Yogyakarta, 2019.
- Fatimah, Syarifah, Oggy Maulidya, Perdana Putri, Pascasarjana Ekonomi, Syariah Universitas, Islam Negeri, Maulana Malik, and Ibrahim Malang. “Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 01 (2023): 1204–12.
- Heny Kurnianingsih, Trisna Maharani. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah.” *Jurnal Ilmia Akuntansi Dan Teknologi* 12 (2020).
- HIDAYAH, DITA NUR. “PENGARUH E-WORD OF MOUTH, KUALITAS LAYANAN DAN REPUTASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING” 2 (2020): 1–9.
- Hikmah Hikmah, Abdul Qodir, and Nurul Wahdah. “Aktivitas Belajar Dan Motivasi Belajar: Apakah Efektif Dalam Mengembangkan Hasil Belajar Pendidikan Agama Islam Peserta Didik.” *Jurnal Pendidikan Agama Islam Al-Thariqah* 7, no. 2 (2022): 340–58. [https://doi.org/10.25299/al-thariqah.2022.vo17\(2\).10555](https://doi.org/10.25299/al-thariqah.2022.vo17(2).10555).
- Hilwa Syofa Kamila. “ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT PENGGUNAAN METODE PEMBAYARAN QRIS PADA MASYARAKAT MUSLIM DI DKI JAKARTA,” 2023.
- Husni Shabri. “Transformasi Digital Industri Perbankan Syariah Indonesia.” *El-Kahfi / Journal of Islamic Economics* 3, no. 02 (2022): 1–7. <https://doi.org/10.58958/elkahfi.v3i02.88>.
- Iqbal, Muhammad, Asyari Hasan, and Iva Laili. “Pengaruh Teknologi Informasi, Manfaat, Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan).” *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 1 (2022): 333–56. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>.
- Isnaini, Muhammad, MuhammadWin Afgani, Al Haqqi, and Ilham Azhari. “Teknik Analisis

- Data Uji Normalitas ANOVA.” *JurnalCendekiaIlmiah* 4, no. 2 (2013): 170.
<https://ulilalbabinstitute.id/index.php/J-CEKI/article/view/7007/5922>.
- Janna, Nilda Miffahul, and Herianto. “Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas.” *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, no. 18210047 (2021): 1–12.
- Jefri Putri Nugraha, Dian Alfiah, Gairah Sinulingga, Umi Rojati, Gazi Saloom, Rosmawati, Fathihani, Renè Johannes, Kristia, Mail Hilian Batin, Widya Jati Lestari, Husnil Khatimah, Maria Fatima B. Beribe. *TEORI PERILAKU KONSUMEN*. Edited by M.T Ahmad Jibril, S.T. Pekalongan Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management, 2021.
- KEBUDAYAAN, MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN, and REPUBLIK INDONESIA. “TRANSLITERASI ARAB – LATIN,” n.d.
- Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane. *Marketing Management*. 15th editi. Pearson Education Limited, 2016.
- Kurniati. “Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam.” *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 6, no. 1 (2016): 45–52.
<http://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/387>.
- Kusuma Widyawaty, Destiani, and Meilana Widyaningsih. “Analisis Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Layanan Digital Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Solo Raya).” *Manajemen: Jurnal Ekonomi* 6, no. 1 (2024): 67–77. <https://doi.org/10.36985/mec1sz93>.
- Leon, F M, R V Suryaputri, and T K Purnamaningrum. *Metode Penelitian Kuantitatif: Manajemen, Keuangan, Dan Akuntansi*. Penerbit Salemba, 2023.
https://books.google.co.id/books?id=aO_bEAAAQBAJ.
- Marthauli, Marthauli, Elly Mirati, and Rahmanita Vidyasari. “Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Bca Mobile Di Wilayah Jabodetabek.” *Account* 8, no. 1 (2021): 1463–71.
<https://doi.org/10.32722/acc.v8il.3879>.
- Martua, Hakim, Riska Imelda, and Fatimah Zahara. “Perilaku Konsumen Menurut Hadits Rasulullah Saw” 02, no. 01 (2024): 755–60.
- Muhammad Sandi Awang Batu Bara. “Analisis Pengaruh Layanan Digital Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah.” *Jurnal Masharif Al-*

- Syariah: *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 2 (2022): 706–25.
<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>.
- Ningsih, Setia, and Hendra H. Dukalang. “Penerapan Metode Suksesif Interval Pada Analisis Regresi Linier Berganda.” *Jambura Journal of Mathematics* 1, no. 1 (2019): 43–53.
<https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>.
- Nursiah, Nursiah, Muh. Ferils, and Jamaludin Kamarudin. “Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking.” *Akuntabel* 19, no. 1 (2022): 91–100.
<https://doi.org/10.30872/jakt.v19i1.10711>.
- ojk.go.id. “Uu_No_21_Tahun_2008_Perbankan_syariah” 76, no. 3 (2008): 61–64.
- Otoritas Jasa Keuangan. “POJK Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum.” *Ojk RI*, no. I (2018): 1–55.
- Permana, Made Virma. “Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan.” *Jurnal Dinamika Manajemen* 4, no. 2 (2013): 115–31.
<https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm/article/view/2756/2814>.
- PRANANTHA, ELSANDRO YOGA. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fitur Produk Bsi Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kab. Bone.” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah (Jurnal Akunsyah)* 3, no. 2 (2024): 41–56.
<https://doi.org/10.30863/akunsyah.v3i2.5488>.
- PT Bank Aladin Syariah Tbk. “Membangun Pertumbuhan Berkelanjutan Melalui Kolaborasi Inklusivitas (Sustainability Growth Through Collaboration & Inclusivity),” 2023.
- Putri Adning Ayu. *PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING BRI DI KOTA JEMBER*. Vol. 183, 2023.
- Rahma Kurnia Salma. “PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN BSI MOBILE.” *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* VIII, no. I (2023): 1–19.
- Rena Eka Setyawati. “PENGARUH PERCEIVED USEFULLNESS, PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION TO USE DENGAN ATTITUDE TOWARDS USING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.” *Jurnal Ekobis Dewantara* 3, no. 1 (2020): 39–51.

- Ridha, Nikmatur. "PROSES PENELITIAN, MASALAH, VARIABEL DAN PARADIGMA PENELITIAN." *Computer Graphics Forum* 39, no. 1 (2020): 672–73. <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>.
- Rivki, Muhammad, Adam Mukharil Bachtiar, Teknik Informatika, Fakultas Teknik, and Universitas Komputer Indonesia. *STATISTIK TELEKOMUNIKASI INDONESIA 2023*. Edited by Direktorat Statistik Keuangan - Teknologi Informasi dan Pariwisata. Vol. 12. Badan Pusat Statistik, 2024.
- Rozi, Fahrul, and Mohammad Ziyad. "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN." *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan* 3, no. 2 (2019): 92–102. <http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk>.
- Saputro, Brian Dwi, and Sukirno Sukirno. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking." *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 2, no. 1 (2013). <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1647>.
- SHIHAB, M. QURAIISH. "Tafsir Al-Misbah Jilid 2," 2002.
- Shihab, M Quraish. "Al-Misbah: Pesan, Kesan, Dan Keserasian Al-Qur'an." V 15 (2009): 203.
- Shihab, Muhammad Quraish. "Tafsir Al Mishbah Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an Vol 5 Surah Al-A'raf, Al-Anfal Dan Surah At-Taubah." *Tafsir Al-Misbah Vol.5* 5 (2002): 1–784. <https://shorturl.at/lny37>.
- Shihab Quraish. "Tafsir Al-Misbah Jilid 1." *Analytical Biochemistry* 11, no. 1 (2002): 561.
- Suharyat, Yayat. "Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia." *Jurnal Region* 1, no. 3 (2009): 1–19.
- Sukmawati, Heni, Ari Farizal Rasyid, Mega Rachma Kurniaputri, Fakultas Agama Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Siliwangi, Program Studi Kajian Wilayah Timur, and Saran sitasi. "Penerimaan Dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 03 (2021): 1845–57. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3615>.
- SUSANTI, D.S.R.I., Y SUKMAWATY, and N U R SALAM. *ANALISIS REGRESI DAN*

KORELASI. IRDH, n.d. <https://books.google.co.id/books?id=98XODwAAQBAJ>.

Syafiq, Rio Arkan. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Transparansi, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Aplikasi Bank Aladin Syariah” 01 (2023): 1–23.

Tyas, Elok Irianing, Emile Satia Darma, Program Studi, Akuntansi Universitas, and Muhammadiyah Yogyakarta. “Pengaruh Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , Perceived Enjoyment , dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi Dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta Da” 1, no. 1 (2019): 25–35.

Wakhida, Ursila Imro’atu, and Sanaji Sanaji. “Peran Perceived Usefulness Dan Perceived Risk Sebagai Variabel Pemediasi Pada Pengaruh Perceived Ease of Use Dan E-WOM Negatif Terhadap Niat Pembelian Para Pengguna Aplikasi Layanan Kesehatan Halodoc.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 8, no. 4 (2020): 1158. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n4.p1158-1174>.

Wigati, Sri. “Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Ekonomi Islam.” *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam* 01, no. 01 (2011): 18.

Windy Prabowo Setyawan, Hayyun Kartika Tri H., Fakhris Budi Nurani, Wahyu Tri Wibowo, Nur Laila. “Kecamatan Ketanggungan Dalam Angka 2024.” In *BPS*, edited by BPS Kabupaten Brebes, 37:1–84. Brebes, 2024.

Yam, Jim Hoy, and Ruhayat Taufik. “Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi” 3, no. 2 (2021): 96–102.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : PERNYATAAN KUISIONER

Kepada Yth. Saudara/i
Masyarakat Wilayah Ketanggungan Selatan
Di Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, maka saya ingin mengadakan penelitian dengan judul "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kualitas Layanan terhadap Minat menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah." Sehubungan dengan itu, kami membutuhkan sejumlah data untuk diolah dan kemudian dijadikan sebagai bahan analisis melalui kerja sama dan kesediaan Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini.

Kami harapkan Saudara/i dapat mengisi kuesioner ini dengan sungguh-sungguh agar didapatkan data yang valid.

Atas perhatian dan kesediaan Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, kami mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat saya,
Lusiana Dewi

KUESIONER PENELITIAN

Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui minat masyarakat terhadap aplikasi Bank Aladin Syariah. Pengisian kuesioner ini berdasarkan pengetahuan atau informasi yang Anda miliki tentang aplikasi Bank Aladin Syariah.

Kriteria Responden

1. Usia Minimal 17 tahun
2. Berdomisili di wilayah Ketanggungan selatan (Jemasih, Cisereuh, Sindangjaya, Pamedaran, Cikeusal Kidul, Cikeusal Lor)
3. Pernah menerima informasi tentang Bank Aladin Syariah

Bila anda memenuhi kriteria di atas, anda dapat melanjutkan mengisi kuesioner ini atau Scan QR dibawah ini:



Pertanyaan penyaring

Isilah pertanyaan berikut dengan memberikan tanda centang (√) pada pilihan jawaban Ya atau Tidak di bawah ini:

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Sudah pernah menggunakan layanan aplikasi mobile banking / pernah menggunakan layanan bank syariah		
2	Mengetahui informasi tentang bank aladin syariah		
Responden tidak bisa melanjutkan ke pertanyaan selanjutnya apabila ada salahsatu jawaban “Tidak”.			

Data Responden

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Nama Lengkap	
2.	Jenis Kelamin	<input type="radio"/> Laki-laki <input type="radio"/> Perempuan
3.	Alamat	<input type="radio"/> Jemasih <input type="radio"/> Cisereuh <input type="radio"/> Sindangjaya <input type="radio"/> Pamedaran <input type="radio"/> Cikeusal Kidul <input type="radio"/> Cikeusal Lor
4.	Usia	<input type="radio"/> 17-20 tahun <input type="radio"/> 21-30 tahun <input type="radio"/> 31-40 tahun <input type="radio"/> 41 tahun keatas
5.	Pekerjaan	<input type="radio"/> Pelajar / Mahasiswa <input type="radio"/> Wiraswasta <input type="radio"/> PNS <input type="radio"/> Buruh <input type="radio"/> Wirausaha <input type="radio"/> Lainnya

Isilah kuesioner sesuai dengan petunjuk pengisian kuesioner sebagai berikut

- a.) Isilah semua nomor dalam angket ini dan sebaiknya jangan ada yang terlewatkan
- b.) Pengisian jawaban cukup dengan memilih pilihan jawaban yang dianggap sesuai dengan pendapat responden (hanya satu jawaban untuk setiap butir pernyataan)

c.) Pilihan jawaban

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Variabel: Persepsi Kemudahan (X1)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya beranggapan bahwa mempelajari dan menggunakan aplikasi Bank Aladin Syariah untuk bertransaksi akan mudah.					
2	Menurut saya, tidak akan banyak kesulitan teknis saat mengoperasikan aplikasi Bank Aladin Syariah.					
3	Saya beranggapan aplikasi Bank Aladin Syariah dapat mempermudah proses transaksi.					
4	Saya menilai aplikasi Bank Aladin Syariah interaktif dalam menyediakan kebutuhan pengguna seperti informasi saldo, transfer antar rekening, dan pembayaran tagihan.					
5	Saya beranggapan aplikasi Bank Aladin Syariah dapat memudahkan dalam mengelola keuangan.					
6	Menurut saya, aplikasi Bank Aladin Syariah akan mudah digunakan dimanapun dan kapanpun.					

Variabel: Fitur Layanan (X2)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya beranggapan mudah untuk mendapatkan informasi terkait layanan Bank Aladin Syariah.					
2	Menurut saya, Bank Aladin Syariah menyediakan layanan transaksi beragam, seperti transfer, cek saldo, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan lain-lain.					
3	Saya menilai fitur di aplikasi Bank Aladin Syariah cukup beragam.					
4	Saya beranggapan aplikasi Bank Aladin Syariah selalu memperbarui sistem dengan baik.					

Variabel: Kualitas Layanan (X3)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya beranggapan informasi mengenai layanan atau produk di aplikasi Bank Aladin Syariah mudah ditemukan.					
2	Menurut saya, aplikasi Bank Aladin Syariah dapat diandalkan dalam bekerja, seperti keberhasilan transaksi dan penyajian informasi yang akurat.					
3	Saya percaya aplikasi Bank Aladin Syariah mampu memenuhi harapan, seperti proses pembukaan rekening yang cepat, fitur yang jelas, dan produk sesuai dengan promosi.					

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
4	Saya beranggapan aplikasi Bank Aladin Syariah menjaga privasi pengguna dengan baik, misalnya melindungi informasi pribadi, nomor rekening, serta menyediakan fitur autentikasi dua faktor untuk keamanan tambahan.					
5	Saya beranggapan aplikasi Bank Aladin Syariah responsif, misalnya memberikan respons cepat dan akurat ketika nasabah mengalami masalah atau membutuhkan informasi tambahan.					
6	Menurut saya, aplikasi Bank Aladin Syariah memberikan kompensasi yang adil, seperti pengembalian dana atau layanan gratis jika terjadi kesalahan transaksi atau kegagalan sistem.					
7	Saya beranggapan aplikasi Bank Aladin Syariah menyediakan layanan komunikasi yang mudah diakses, seperti email, live chat, atau call center, yang efektif dalam menangani keluhan atau pertanyaan nasabah.					

Variabel: Minat (Y)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya berkeinginan mengetahui informasi produk dalam Aplikasi Bank Aladin Syariah.					
2	Saya akan mempertimbangan menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah					
3	Saya tertarik menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah					
4	Saya berkeinginan mengetahui lebih banyak tentang Aplikasi Bank Aladin Syariah					
5	Saya berkeinginan menggunakan Aplikasi Bank Aladin Syariah					

Lampiran 2: HASIL JAWABAN RESPONDEN

NO	PERSEPSI KEMUDAHAN						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	5	5	5	5	4	29
2	4	4	4	4	4	4	24
3	5	4	5	5	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	3	5	5	5	5	27
6	4	4	4	4	4	4	24
7	3	4	3	4	3	4	21
8	4	3	4	5	4	5	25
9	4	4	4	5	4	4	25
10	4	4	4	5	5	5	27
11	4	4	4	4	4	4	24
12	5	4	5	4	3	4	25
13	4	3	4	4	4	4	23
14	5	4	4	4	4	5	26
15	4	5	4	3	3	2	21
16	5	4	4	4	4	4	25
17	3	4	4	4	4	3	22
18	4	3	5	4	4	4	24
19	3	4	4	4	4	4	23
20	5	4	5	3	4	2	23
21	4	3	4	4	5	4	24
22	3	3	4	4	3	4	21
23	4	5	5	4	5	3	26
24	5	5	4	3	4	3	24
25	4	4	4	4	4	4	24
26	5	5	5	5	4	5	29
27	3	4	4	4	4	2	21
28	5	4	4	5	5	5	28
29	4	3	4	4	4	4	23
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	5	4	4	5	26
32	4	4	5	5	4	5	27
33	3	3	3	3	4	4	20
34	2	4	4	3	2	4	19
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	4	4	24
37	5	5	4	4	4	5	27
38	5	5	5	4	5	5	29
39	4	4	5	5	5	5	28

40	4	3	4	3	4	4	22
41	4	4	5	4	3	4	24
42	4	3	4	4	3	3	21
43	3	4	4	3	5	4	23
44	4	3	4	3	3	3	20
45	4	4	4	4	5	4	25
46	4	3	4	4	3	5	23
47	4	3	4	4	4	4	23
48	4	3	4	4	4	4	23
49	4	4	4	4	4	3	23
50	4	3	4	4	4	4	23
51	3	3	4	3	3	3	19
52	4	3	4	5	3	4	23
53	4	4	4	4	4	4	24
54	3	3	4	4	4	4	22
55	5	4	5	5	5	4	28
56	3	4	5	4	3	4	23
57	4	4	4	4	4	4	24
58	3	3	4	4	3	4	21
59	4	3	4	4	5	3	23
60	3	3	3	5	4	4	22
61	4	3	4	4	5	4	24
62	3	4	4	4	3	4	22
63	4	3	5	4	4	4	24
64	4	3	4	4	4	3	22
65	4	4	4	3	5	2	22
66	2	3	4	3	4	3	19
67	4	4	4	4	2	2	20
68	4	4	3	4	5	5	25
69	4	4	5	5	5	4	27
70	4	4	5	5	5	5	28
71	4	3	4	5	4	4	24
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	4	5	3	4	4	24
74	3	4	4	5	3	4	23
75	4	4	5	5	4	4	26
76	5	5	5	5	4	4	28
77	4	2	4	3	2	4	19
78	4	4	4	4	5	4	25
79	4	4	4	4	5	5	26
80	4	2	4	5	4	4	23
81	4	4	5	5	5	4	27

82	4	4	4	4	5	4	25
83	5	5	5	5	3	4	27
84	3	4	4	4	4	4	23
85	4	4	4	4	4	4	24
86	2	4	4	4	4	4	22
87	3	5	5	3	5	3	24
88	5	5	2	5	5	5	27
89	2	2	4	4	5	3	20
90	4	4	4	4	4	4	24
91	4	4	4	4	4	4	24
92	4	4	5	5	4	5	27
93	4	4	4	4	5	4	25
94	4	4	4	4	4	4	24
95	4	4	4	5	4	4	25
96	4	4	4	5	5	5	27
97	2	2	5	4	5	4	22
98	3	4	4	4	4	4	23
99	4	3	4	4	4	4	23
100	4	4	4	4	4	4	24

NO	FITUR LAYANAN				TOTAL
	P1	P1	P3	P4	
1	4	4	4	4	16
2	4	4	4	4	16
3	4	5	4	4	17
4	3	4	3	3	13
5	4	5	3	5	17
6	4	4	4	4	16
7	3	4	4	3	14
8	4	5	3	5	17
9	4	4	4	5	17
10	4	5	4	4	17
11	4	4	4	4	16
12	4	4	4	3	15
13	4	4	4	4	16
14	4	5	4	4	17
15	2	4	3	2	11
16	4	5	4	3	16
17	5	4	3	3	15
18	5	4	3	3	15
19	4	5	5	5	19
20	5	4	3	3	15

21	5	3	3	4	15
22	3	4	4	4	15
23	4	4	3	4	15
24	4	5	2	3	14
25	4	4	4	4	16
26	4	5	5	5	19
27	3	3	4	3	13
28	4	5	5	5	19
29	3	4	3	3	13
30	4	4	4	4	16
31	4	4	3	4	15
32	4	4	4	3	15
33	4	4	3	3	14
34	4	4	4	3	15
35	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	16
37	5	4	5	5	19
38	5	5	5	5	20
39	5	5	5	5	20
40	4	4	4	4	16
41	2	4	3	3	12
42	3	4	3	4	14
43	3	3	3	4	13
44	3	4	3	4	14
45	3	4	5	3	15
46	3	5	4	3	15
47	3	4	4	4	15
48	4	4	4	4	16
49	3	5	3	3	14
50	3	4	3	3	13
51	3	4	4	4	15
52	3	4	4	3	14
53	3	5	4	4	16
54	4	4	4	4	16
55	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	16
57	3	4	3	5	15
58	3	4	3	3	13
59	4	5	4	4	17
60	5	5	3	5	18
61	5	5	5	5	20
62	3	4	3	3	13

63	3	4	5	4	16
64	3	4	4	3	14
65	3	4	5	2	14
66	3	4	3	3	13
67	3	3	5	5	16
68	4	4	4	5	17
69	5	4	5	4	18
70	5	5	5	5	20
71	4	4	4	4	16
72	4	4	4	4	16
73	5	5	5	5	20
74	4	4	3	4	15
75	4	4	3	4	15
76	4	4	4	4	16
77	4	4	2	4	14
78	4	4	4	4	16
79	4	4	4	5	17
80	3	5	5	4	17
81	3	5	4	5	17
82	3	4	4	4	15
83	4	4	4	4	16
84	5	5	5	4	19
85	4	4	4	4	16
86	4	4	4	4	16
87	3	4	4	4	15
88	5	5	5	5	20
89	4	5	4	4	17
90	4	4	5	4	17
91	3	4	5	3	15
92	4	4	5	4	17
93	4	4	4	4	16
94	5	4	5	5	19
95	5	5	5	5	20
96	5	5	5	5	20
97	4	4	4	4	16
98	4	4	4	4	16
99	4	4	5	4	17
100	4	5	5	4	18

NO	KUALITAS LAYANAN							TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	
1	5	5	5	5	5	5	5	35
2	4	4	4	4	4	4	4	28
3	4	4	5	5	4	4	4	30
4	3	4	3	4	3	3	3	23
5	5	4	3	4	3	3	4	26
6	4	4	4	4	4	4	4	28
7	3	3	3	4	3	3	3	22
8	2	3	4	3	3	3	4	22
9	4	4	4	4	3	4	4	27
10	4	4	4	5	4	4	4	29
11	4	4	4	4	4	4	4	28
12	3	4	4	4	5	5	4	29
13	3	3	4	4	4	4	4	26
14	4	4	5	5	4	4	5	31
15	3	4	3	4	3	4	3	24
16	3	4	4	4	4	3	4	26
17	4	3	3	4	2	3	3	22
18	3	4	4	4	4	3	4	26
19	3	4	3	5	4	4	5	28
20	4	4	3	3	4	4	4	26
21	5	5	3	4	4	4	3	28
22	3	3	3	3	3	3	4	22
23	5	5	4	5	4	5	3	31
24	4	5	4	3	4	4	4	28
25	4	4	4	4	4	4	4	28
26	5	5	5	5	5	5	5	35
27	3	4	4	5	4	3	4	27
28	3	5	5	5	5	5	5	33
29	3	4	3	5	4	5	4	28
30	3	4	4	4	4	4	4	27
31	4	4	5	4	4	4	4	29
32	3	3	3	4	3	3	4	23
33	3	3	3	3	3	3	4	22
34	4	4	5	3	4	4	3	27
35	4	4	4	4	4	4	4	28
36	4	4	4	4	4	4	4	28
37	5	5	5	4	4	5	4	32
38	5	5	5	5	5	5	5	35
39	5	5	5	5	5	5	5	35
40	3	3	4	3	3	4	4	24
41	3	4	3	4	4	3	4	25

42	3	4	3	3	3	3	3	22
43	4	4	5	4	3	3	3	26
44	3	3	3	5	5	5	3	27
45	3	4	3	3	4	3	4	24
46	3	3	4	5	5	4	3	27
47	3	4	4	4	3	4	3	25
48	3	3	4	4	3	3	5	25
49	3	4	4	4	4	4	3	26
50	3	3	3	4	3	3	3	22
51	3	3	3	4	4	4	4	25
52	4	4	5	4	5	3	4	29
53	4	3	3	4	3	3	3	23
54	3	3	4	4	3	4	3	24
55	4	4	4	4	4	4	4	28
56	3	4	3	4	4	4	3	25
57	3	4	5	5	4	5	4	30
58	3	3	4	4	3	4	4	25
59	4	4	5	5	4	4	5	31
60	4	3	5	5	3	5	3	28
61	3	3	3	5	3	5	3	25
62	2	4	3	4	3	2	3	21
63	3	4	5	5	5	5	5	32
64	3	4	3	4	3	3	3	23
65	4	4	4	4	3	3	3	25
66	3	3	4	4	3	4	3	24
67	3	3	3	5	3	4	5	26
68	4	3	5	5	4	4	4	29
69	4	4	4	5	5	4	4	30
70	4	4	4	5	4	4	5	30
71	3	4	4	3	3	5	5	27
72	4	4	3	5	5	4	4	29
73	3	3	4	5	5	3	4	27
74	4	4	5	4	4	5	4	30
75	4	4	5	4	4	4	4	29
76	4	4	4	5	2	3	5	27
77	2	2	4	2	4	4	4	22
78	4	4	4	5	5	5	5	32
79	4	5	5	4	4	5	5	32
80	4	4	4	4	4	4	4	28
81	3	4	4	4	4	4	3	26
82	4	4	4	5	5	5	5	32
83	4	4	5	5	3	4	4	29

84	4	4	4	4	4	4	4	28
85	3	4	4	4	3	4	4	26
86	4	4	4	4	4	4	4	28
87	5	5	5	4	3	3	3	28
88	5	5	5	5	5	5	5	35
89	4	4	4	5	4	4	5	30
90	3	3	3	4	4	4	4	25
91	4	4	4	4	5	5	5	31
92	3	4	4	5	5	5	4	30
93	4	5	5	3	4	3	4	28
94	5	5	5	5	5	5	5	35
95	5	5	5	5	5	5	5	35
96	5	5	5	5	5	5	5	35
97	5	4	4	3	5	3	5	29
98	4	4	4	4	2	4	5	27
99	2	2	4	4	3	4	4	23
100	4	2	4	4	4	3	4	25

NO	MINAT MENGGUNAKAN					
	P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
1	5	5	5	5	5	25
2	4	4	4	4	4	20
3	4	3	5	5	5	22
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	3	4	4	19
6	4	4	4	4	4	20
7	5	3	3	4	3	18
8	3	5	4	4	5	21
9	4	4	4	5	4	21
10	4	3	5	4	5	21
11	4	4	4	4	4	20
12	3	3	4	4	5	19
13	4	4	4	4	4	20
14	5	4	4	4	5	22
15	3	4	3	4	4	18
16	4	3	4	4	4	19
17	4	4	3	3	4	18
18	4	4	4	4	3	19
19	5	5	5	4	4	23
20	4	4	4	4	4	20
21	4	3	4	4	3	18
22	4	4	4	4	4	20

23	4	4	4	5	4	21
24	4	4	3	4	4	19
25	4	5	4	4	4	21
26	4	4	5	4	5	22
27	3	3	3	3	3	15
28	5	5	5	4	4	23
29	3	4	3	4	3	17
30	4	3	4	4	3	18
31	4	4	3	4	4	19
32	5	3	3	4	3	18
33	4	4	3	3	3	17
34	4	3	4	4	3	18
35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	4	4	20
37	5	4	4	4	5	22
38	5	3	5	5	5	23
39	5	3	5	5	5	23
40	4	3	4	4	4	19
41	4	4	3	3	3	17
42	2	2	4	4	3	15
43	4	4	3	3	3	17
44	4	3	3	4	4	18
45	3	4	5	3	4	19
46	3	2	5	4	5	19
47	3	3	4	4	5	19
48	4	4	3	3	3	17
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	3	3	3	17
51	4	4	4	4	3	19
52	5	4	3	5	3	20
53	5	3	4	4	4	20
54	3	4	3	3	4	17
55	5	4	4	4	4	21
56	4	4	3	4	3	18
57	4	4	4	5	4	21
58	4	4	4	3	3	18
59	5	4	4	5	5	23
60	4	4	4	4	3	19
61	5	4	5	4	5	23
62	4	3	3	3	3	16
63	4	4	5	4	5	22
64	4	3	4	4	3	18

65	4	4	4	3	4	19
66	3	3	4	3	4	17
67	4	4	4	4	4	20
68	5	5	4	4	4	22
69	4	5	4	5	4	22
70	5	4	5	5	4	23
71	4	4	4	4	4	20
72	5	5	5	4	4	23
73	5	4	4	5	5	23
74	5	5	3	5	4	22
75	4	4	4	4	4	20
76	5	5	5	3	4	22
77	4	3	3	4	3	17
78	5	5	4	5	4	23
79	4	5	4	5	5	23
80	4	4	4	4	4	20
81	5	3	5	5	5	23
82	5	4	4	5	4	22
83	4	4	4	4	5	21
84	4	4	5	4	5	22
85	4	4	4	4	4	20
86	4	4	4	4	3	19
87	4	4	5	5	4	22
88	5	5	5	5	4	24
89	5	4	4	4	4	21
90	4	3	4	5	3	19
91	5	4	5	4	4	22
92	5	5	5	4	4	23
93	5	4	4	5	3	21
94	5	4	4	5	4	22
95	5	5	5	5	4	24
96	5	5	5	5	5	25
97	4	4	5	4	4	21
98	4	4	4	4	4	20
99	4	4	3	4	3	18
100	4	4	4	4	4	20

Lampiran 3: Output Data SPSS

Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	54	54.0	54.0	54.0
	Perempuan	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

b. Alamat

Alamat					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Jemasih	19	19.0	19.0	19.0
	Cisereuh	12	12.0	12.0	31.0
	Sindangjaya	18	18.0	18.0	49.0
	Pamedaran	13	13.0	13.0	62.0
	Cikeusal Kidul	20	20.0	20.0	82.0
	Cikeusal Lor	18	18.0	18.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

c. Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-20 tahun	31	31.0	31.0	31.0
	21-30 tahun	35	35.0	35.0	66.0
	31-40 tahun	15	15.0	15.0	81.0
	41 tahun keatas	19	19.0	19.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

d. Pekerjaan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	37	37.0	37.0	37.0
	Wiraswasta	2	2.0	2.0	39.0
	PNS	1	1.0	1.0	40.0
	Buruh	28	28.0	28.0	68.0
	IRT	3	3.0	3.0	71.0
	Wirausaha	15	15.0	15.0	86.0
	Lainnya	14	14.0	14.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

Uji Validitas

a. Variabel Persepsi Kemudahan (X1)

		Correlations						
		X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	X1P6	TOTAL
X1P1	Pearson Correlation	1	.333	.337	.150	.219	.376*	.432*
	Sig. (2-tailed)		.072	.069	.429	.245	.041	.017
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1P2	Pearson Correlation	.333	1	.310	.316	.522**	.340	.823**
	Sig. (2-tailed)	.072		.096	.089	.003	.066	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1P3	Pearson Correlation	.337	.310	1	.412*	.196	.176	.409*
	Sig. (2-tailed)	.069	.096		.024	.299	.351	.025
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1P4	Pearson Correlation	.150	.316	.412*	1	.511**	.246	.541**
	Sig. (2-tailed)	.429	.089	.024		.004	.190	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1P5	Pearson Correlation	.219	.522**	.196	.511**	1	.456*	.650**
	Sig. (2-tailed)	.245	.003	.299	.004		.011	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1P6	Pearson Correlation	.376*	.340	.176	.246	.456*	1	.621**
	Sig. (2-tailed)	.041	.066	.351	.190	.011		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.432*	.823**	.409*	.541**	.650**	.621**	1
	Sig. (2-tailed)	.017	<.001	.025	.002	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
 **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Variabel Fitur Layanan (X2)

		Correlations				
		X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	TOTAL
X2P1	Pearson Correlation	1	.240	.449*	.517**	.651**
	Sig. (2-tailed)		.202	.013	.003	<.001
	N	30	30	30	30	30
X2P2	Pearson Correlation	.240	1	.382*	.262	.430*
	Sig. (2-tailed)	.202		.037	.163	.018
	N	30	30	30	30	30
X2P3	Pearson Correlation	.449*	.382*	1	.305	.657**
	Sig. (2-tailed)	.013	.037		.101	<.001
	N	30	30	30	30	30
X2P4	Pearson Correlation	.517**	.262	.305	1	.600**
	Sig. (2-tailed)	.003	.163	.101		<.001
	N	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.651**	.430*	.657**	.600**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	.018	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
 **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Variabel Kualitas Layanan (X3)

		Correlations							
		X3P1	X3P2	X3P3	X3P4	X3P5	X3P6	X3P7	TOTAL
X3P1	Pearson Correlation	1	.647**	.452*	.528**	.220	.387*	.299	.728**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.012	.003	.242	.034	.109	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3P2	Pearson Correlation	.647**	1	.449*	.429*	.366*	.588**	.470**	.777**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.013	.018	.047	<.001	.009	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3P3	Pearson Correlation	.452*	.449*	1	.361*	.404*	.725**	.440*	.640**
	Sig. (2-tailed)	.012	.013		.050	.027	<.001	.015	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3P4	Pearson Correlation	.528**	.429*	.361*	1	.544**	.324	.295	.746**
	Sig. (2-tailed)	.003	.018	.050		.002	.080	.114	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3P5	Pearson Correlation	.220	.366*	.404*	.544**	1	.533**	.068	.587**
	Sig. (2-tailed)	.242	.047	.027	.002		.002	.719	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3P6	Pearson Correlation	.387*	.588**	.725**	.324	.533**	1	.471**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.034	<.001	<.001	.080	.002		.009	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3P7	Pearson Correlation	.299	.470**	.440*	.295	.068	.471**	1	.623**
	Sig. (2-tailed)	.109	.009	.015	.114	.719	.009		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.728**	.777**	.640**	.746**	.587**	.683**	.623**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

d. Variabel Minat (Y)

		Correlations					
		YP1	YP2	YP3	YP4	YP5	TOTAL
YP1	Pearson Correlation	1	.656**	.134	.379*	.211	.634**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.480	.039	.263	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
YP2	Pearson Correlation	.656**	1	.018	.232	.069	.451*
	Sig. (2-tailed)	<.001		.926	.217	.718	.012
	N	30	30	30	30	30	30
YP3	Pearson Correlation	.134	.018	1	.211	.527**	.546**
	Sig. (2-tailed)	.480	.926		.263	.003	.002
	N	30	30	30	30	30	30
YP4	Pearson Correlation	.379*	.232	.211	1	.397*	.588**
	Sig. (2-tailed)	.039	.217	.263		.030	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
YP5	Pearson Correlation	.211	.069	.527**	.397*	1	.689**
	Sig. (2-tailed)	.263	.718	.003	.030		<.001
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.634**	.451*	.546**	.588**	.689**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	.012	.002	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

- a. Variabel Persepsi Kemudahan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.738	6

- b. Variabel Fitur Layanan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.685	4

- c. Variabel Kualitas Layanan (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.839	7

- d. Variabel Minat (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.651	5

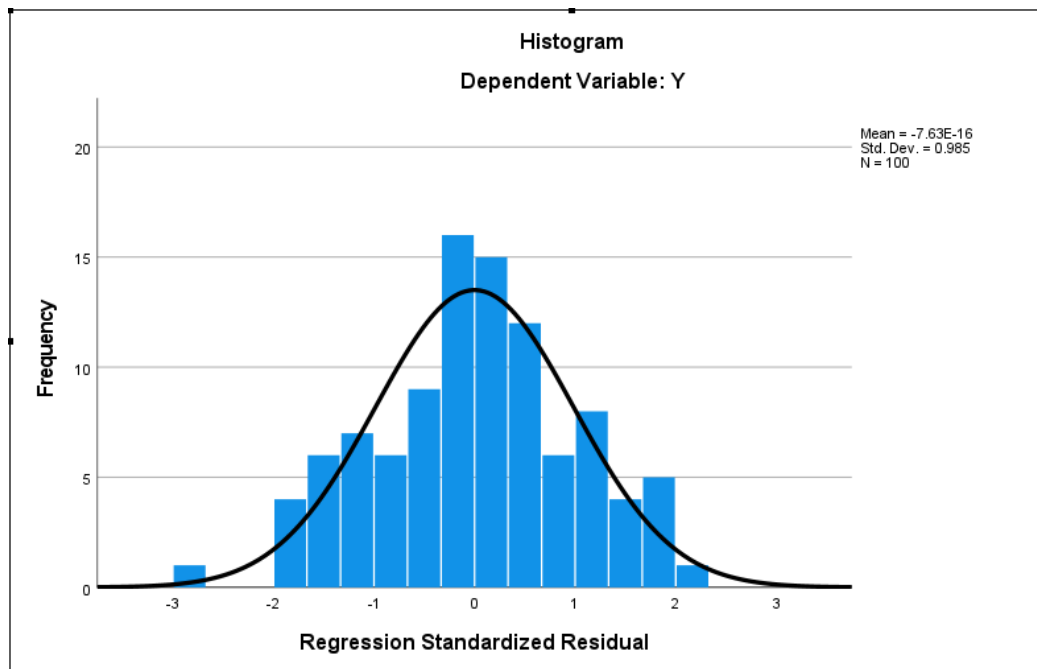
DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

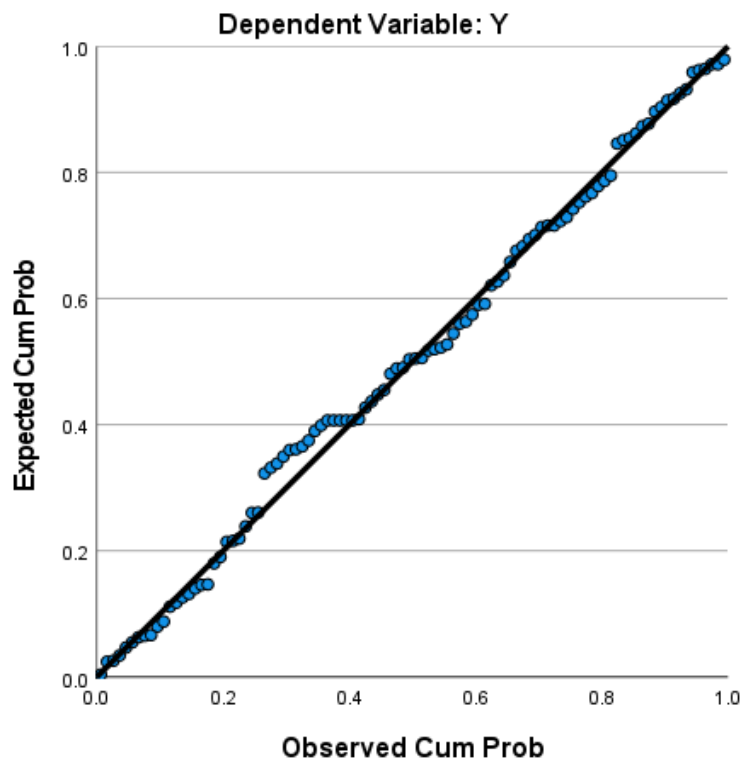
Eka Nur Kamilah, 2015
Pengaruh keterampilan mengajar guru terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran Akuntansi
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.19091282
Most Extreme Differences	Absolute		.060
	Positive		.037
	Negative		-.060
Test Statistic			.060
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.499
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.486
		Upper Bound	.511

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.

b. Uji Multikolinearitas

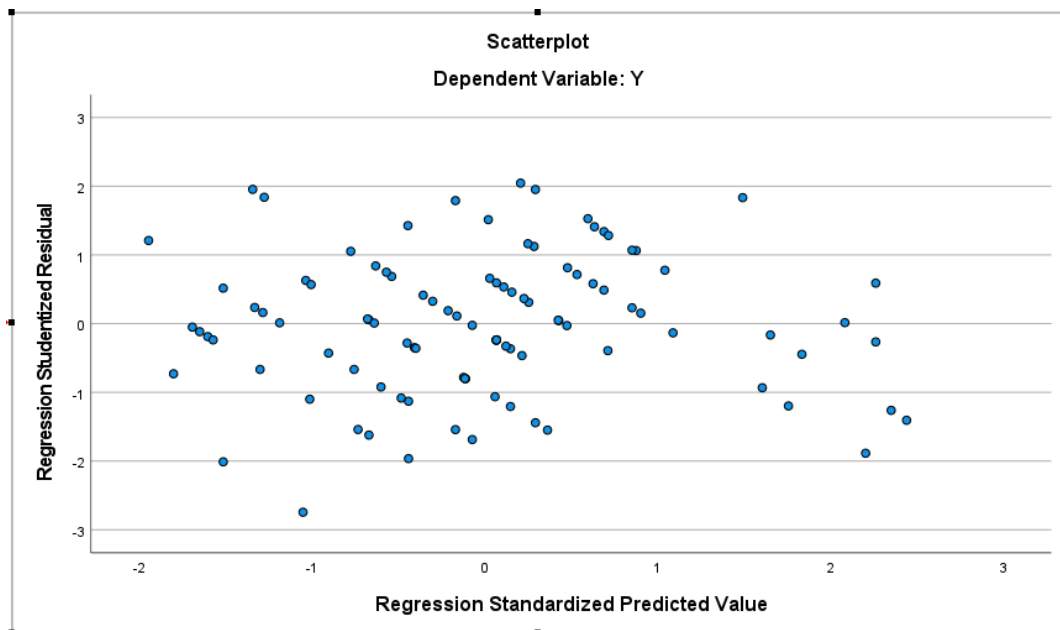
Coefficients^a			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	X1	.592	1.688
	X2	.608	1.645
	X3	.553	1.810

a. Dependent Variable: Y

c. Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.630	.798		.789	.432
	X1	.018	.041	.058	.442	.660
	X2	-.018	.049	-.047	-.362	.718
	X3	.006	.028	.027	.197	.844

a. Dependent Variable: abs



Uji Regresi Linear Berganda

a. Uji regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		
	B	Std. Error	
1	(Constant)	2.220	1.303
	X1	.164	.067
	X2	.435	.079
	X3	.256	.046

a. Dependent Variable: Y

b. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.220	1.303		1.704	.092
	X1	.164	.067	.177	2.458	.016
	X2	.435	.079	.391	5.479	<.001
	X3	.256	.046	.414	5.531	<.001

a. Dependent Variable: Y

c. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	333.031	3	111.010	75.900	<.001 ^b
	Residual	140.409	96	1.463		
	Total	473.440	99			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

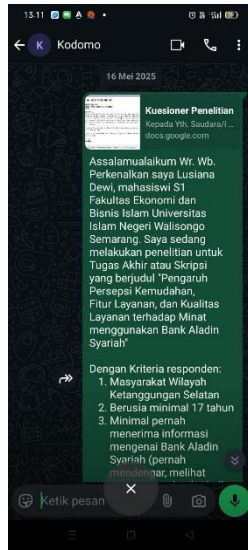
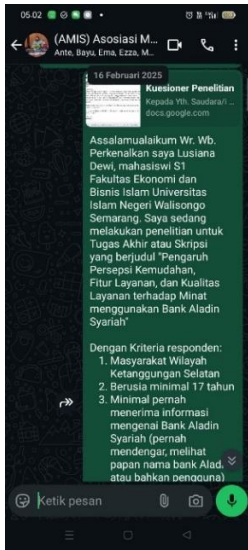
d. Uji R2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 ^a	.703	.694	1.20938

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Lampiran 4: Dokumentasi

1. Dokumentasi penyebaran kuesioner secara online melalui grup Whatsapp



2. Dokumentasi kuesioner berbentuk QRIS



3.. Dokumentasi penyebaran kuesioner secara offline

a. Penyebaran di Alfamart Cikeusal



b. Penyebaran melalui event “samsat keliling” setiap hari sabtu di desa Cikeusal lor





c. Penyebaran melalui UMKM





d. Penyebaran di kantor kepala desa



e. Penyebaran di SMK Ma'arif NU 1 Ketanggungan yang berlokasi di desa Sindangjaya



f. Penyebaran langsung kepada masyarakat



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Lusiana Dewi
NIM : 2105056161
Alamat : Sindangjaya RT. 17 / RW. 03, Kec. Ketanggungan, Kab. Brebes.
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Instagram : Lucian_qt
Email : lusiana0028@gmail.com

Riwayat Pendidikan

- **MI AL-MIFTAH 01 SINDANGJAYA**
- **MTs AL-MIFTAH SINDANGJAYA**
- **SMA NEGERI 1 KETANGGUNGAN**

Demikian Riwayat Hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 21 Agustus 2025

Peneliti,

Lusiana Dewi

NIM. 2105036161