

**PENGARUH DESAIN ANTARMUKA, FITUR LAYANAN DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN APLIKASI
MOBILE BANKING BTN SYARIAH
(STUDI KASUS BTN SYARIAH KCS SEMARANG)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata
S.1 dalam Ilmu S1 Perbankan Syariah



Disusun Oleh:

SALSABILA ANIS WIDYA
NIM. 2105036055

**PROGRAM STUDI 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. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454 Semarang 50185
Website : febi.walisongo.ac.id – Email : febi@walisongo.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdr. Salsabila Anis Widya

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu 'alaikum wr. wb

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

Nama : Salsabila Anis Widya

NIM : 2105036055

Jurusan : S.1 Perbankan Syariah

Judul : Pengaruh Desain Antarmuka, Fitur Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi *Mobile banking* BTN Syariah (Studi Kasus BTN Syariah KCS Semarang)

Dengan ini telah kami setuju, dan mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum wr. wb

Semarang, 31 Mei 2025

PEMBIMBING

Pembimbing I

Dr. Dessy Noor Farida M.Si.
NIP. 19791222015032001

Pembimbing II

Eka Harisma W. M.Hum.
NIP. 198803092020122006

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454 Semarang 50185
Website : febi.walisongo.ac.id – Email : febi@walisongo.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Salsabila Anis Widya
NIM : 2105036055
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Desain Antarmuka, Fitur Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BTN Syariah (Studi Kasus BTN Syariah KCS Semarang)

Telah diujikan dalam sidang munaqosyah dengan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan Dinyatakan LULUS pada tanggal 18 Juni 2025. Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh Sarjana Strata 1 Tahun Akademik 2024/2025.

Semarang, 30 Juni 2025

Mengetahui

Ketua Sidang

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

Sekretaris Sidang

Dr. Dessy Noor Farida, M.Si.
NIP. 197912222015032001

Penguji I

Heny Yuningrum, SE, M.Si.
NIP. 198106092007102005

Penguji II

Firdha Rahmiyanti, M.A.
NIP. 199103162019032018

Pembimbing I

Dr. Dessy Noor Farida, M.Si.
NIP. 197912222015032001

Pembimbing II

Eka Harisma W, M.Hum.
NIP. 198803092020122006



MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya...”

(Q.S Al Baqarah: 286)

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan...”

(Q.S Al Insyirah: 5-6)

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan kemudahan, kelancaran, serta keberkahan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Dengan segenap cinta dan kasih yang tulus, penulis mempersembahkan hasil penelitian ini kepada:

1. Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini, serta senantiasa membimbing perjalanan hidup penulis dengan penuh berkah menuju masa depan yang penuh harapan dan cita-cita.
2. Kedua Orang Tua tercinta, terkasih dan tersayang, Bapak H. Suharto dan Ibu Hj. Tasmiru. Dengan sepuh hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang mendalam atas segala pengorbanan dan kasih sayang tulus yang telah Bapak dan Ibu berikan. Meskipun kalian tidak sempat merasakan pendidikan sampai ke bangku perkuliahan, namun kalian selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi penulis. Tanpa lelah, kalian mendoakan dan memberikan perhatian serta dukungan yang tak ternilai, sehingga penulis bisa menyelesaikan studi ini dan meraih gelar sarjana. Semoga Bapak dan Ibu selalu dalam keadaan sehat, panjang umur, dan bahagia selamanya.
3. Kepada kakak penulis Nur'Aida Putri Rachmawati, S.Pd. dan kakak ipar penulis Nur Huda, S.Pd. yang menjadi salah satu sumber motivasi dalam hidup penulis dan selalu memberikan dukungan yang berarti. Terima kasih telah menjadi sosok kakak yang bisa penulis banggakan.
4. Kepada keponakan-keponakan tercinta Nur Zakiya Putri Almadani dan Diniya Zahrotul Khumaira, terima kasih atas semua keceriaan dan kelucuan kalian yang menjadi penyemangat ketika penulis merasa penat dan jenuh, sehingga memberikan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini hingga tuntas.
5. Kedua dosen pembimbing saya, Ibu Dr. Dessy Noor Farida, M.Si. dan Ibu Eka Harisma W, M.Hum. yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan ilmu yang tak ternilai selama proses penyusunan karya ini. Semoga Ibu senantiasa dilimpahi keberkahan dari Allah SWT.
6. Teman-teman PBAS B Angkatan 2021 terkhusus Qurrotul Aini, Salma Farah, Hanin Imroatin dan Nisaul Hasanah, yang telah memberikan motivasi dan semangat untuk terus berjuang menyelesaikan studi.
7. Kepada teman-teman seperjuangan yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari perjalanan ini, Maulia Mufidatun, Robi'a Ilmi, Utiya Naila, Vivi Amelia, Siti Rois, Malikatul Afidah, Firza Izzatul, Vanessa Julia dan Annisa Azkiya. Terima kasih atas dukungan, semangat, dan kebersamaan yang tak ternilai selama menempuh perjalanan akademik ini.

8. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung, telah memberikan bantuan, baik secara moril maupun materil selama proses penulisan skripsi ini.
9. Terakhir, untuk diriku sendiri, Salsabila Anis Widya. Untuk pribadi yang telah tumbuh dan berkembang selama proses ini berlangsung. Dari seorang yang penuh keraguan hingga menjadi pribadi yang lebih kuat dan percaya diri. Terima kasih telah mampu bertahan hingga sejauh ini. Terima kasih karena selalu memilih untuk bangkit dan menghargai setiap langkah perjalanan hingga mencapai titik ini. Meskipun kerap dilanda rasa putus asa atas segala usaha yang belum membuahkan hasil, namun terima kasih karena tetap menjadi pribadi yang gigih berusaha dan pantang menyerah. Karya ini adalah bukti dari perjalanan panjang yang telah kamu lalui dengan penuh perjuangan. Berbahagialah, Salsa. Dengan segala kekurangan dan kelebihan yang ada, mari kita rayakan pencapaian ini bersama.

DEKLARASI

DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Salsabila Anis Widya

NIM : 2105036055

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan penuh kejujuran dan rasa tanggung jawab, skripsi ini merupakan karya asli penulis, bukan tulisan dari pihak lain, tidak berisi materi orang lain yang ditulis ulang, dan tidak pernah diterbitkan di manapun. Tulisan ini berisi pemikiran orang lain, kecuali informasi yang dijadikan referensi dan rujukan dan telah dilakukan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku.

Semarang, 23 Mei 2025

Deklатор



Salsabila Anis Widya

NIM. 2105036055

PEDOMAN TRASLITERASI

Transliterasi memiliki fungsi yang sangat penting dalam penyusunan skripsi, khususnya untuk mengubah terminologi berbahasa Arab, seperti nama orang, judul karya tulis, dan nama institusi dari aksara Arab menjadi huruf Latin. Pelaksanaan konversi ini mengacu pada standar yang telah ditetapkan melalui Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 158/1987, dengan penjelasan sebagai berikut:

A. Konsonan

Dalam tatanan tulisan bahasa Arab, bunyi konsonan diwujudkan melalui huruf-huruf tertentu, yang sebagian ditandai dengan simbol diakritik, sedangkan sebagian yang lain menggunakan gabungan huruf dan tanda. Di bawah ini adalah daftar huruf-huruf Arab lengkap dengan padanan transliterasinya dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
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

B. Vokal

1. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal bahasa Arab yang dilambangkan dengan tanda atau harakat:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang dilambangkan dengan gabungan antara harakat dan huruf:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَـ.أَـ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
وَـ.أَـ	Fathah dan wau	Au	a dan u

C. Maddah

Maddah merupakan vokal panjang yang dilambangkan dengan harakat dan huruf:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَـ.أَـ.أَـ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إَـ.أَـ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وُـ.أَـ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

D. Ta'Marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah terdiri dari tiga jenis, yaitu:

1. Ta'marbutah hidup: Ta'marbutah hidup, yang diberi harakat fathah, kasrah, atau dammah, ditransliterasikan sebagai "t."
2. Ta'marbutah mati: Ta'marbutah mati, yang diberi harakat sukun, ditransliterasikan sebagai "h."
3. Ta'marbutah pada akhir kata: Jika ta'marbutah terletak di akhir kata yang diikuti oleh istilah lain yang diawali dengan kata sandang "al" serta kedua istilah tersebut. tersebut dibaca terpisah, maka ta'marbutah tersebut ditransliterasikan sebagai "h."

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid, yang dalam penulisan bahasa Arab ditandai dengan simbol khusus, direpresentasikan dengan menggandakan huruf yang mengandung syaddah tersebut.

F. Kata Sandang

Dalam sistem penulisan Arab, kata sandang dilambangkan dengan huruf ال, kata sandang dapat dibedakan menjadi dua jenis:

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "I" digantikan dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang tersebut.
2. Kata sandang yang diikutsertakan oleh huruf qamariyah ditransliterasikan berdasarkan kaidah dan pelafalan yang telah ditentukan. Baik dalam konteks huruf syamsiyah maupun qamariyah.

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan era digital, penggunaan internet di Indonesia meningkat, mencapai 79,5% pada tahun 2024, yang menunjukkan semakin banyak masyarakat terhubung secara online. Transformasi ini juga mempengaruhi sektor perbankan, yang mana lembaga keuangan beradaptasi dengan inovasi layanan berbasis teknologi, seperti *mobile banking*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh desain antarmuka, fitur layanan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* BTN Syariah di BTN Syariah KCS Semarang. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif. Penelitian menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang menjadi sampel penelitian. Populasi penelitian terdiri dari nasabah BTN Syariah di KCS Semarang yang menggunakan layanan *mobile banking*, dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BTN Syariah yaitu desain antarmuka yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 2,409 > 1,985$, fitur layanan dengan nilai $t_{hitung} 3,444 > 1,985$, dan kemudahan penggunaan dengan nilai $t_{hitung} 3,580 > 1,985$. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memanfaatkan layanan *mobile banking* BTN Syariah yang dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} 57,644 > 2,70$.

Kata Kunci: *mobile banking*, desain antarmuka, minat, fitur layanan dan kemudahan penggunaan.

ABSTRACT

Along with the development of the digital era, internet usage in Indonesia is increasing, reaching 79.5% by 2024, which shows that more people are connected online. This transformation has also affected the banking sector, that financial institutions are adapting to technology-based service innovations, such as *mobile banking*. This study aims to analyze the influence of interface design, service features, and ease of use on customer interest in using the BTN Syariah *mobile banking* application at BTN Syariah KCS Semarang. The type of research conducted is quantitative. The research uses primary data obtained through the distribution of questionnaires to respondents who are the research sample. The research population consisted of BTN Syariah customers at KCS Semarang who used *mobile banking* services, with a sample of 100 respondents selected using *purposive sampling* techniques. The collected data is analyzed using the IBM SPSS application version 25.0. The results of the study showed that the variables that affected customer interest in using BTN Syariah *mobile banking* were interface design as evidenced by a value t_{hitung} of 2,409 > 1,985, service features with a value t_{hitung} of 3,444 > 1,985, and ease of use with a value t_{hitung} of 3,580 > 1,985. This study also shows that these three variables simultaneously affect customer interest in utilizing BTN Syariah *mobile banking* services, as evidenced by a value F_{hitung} of 57,644 > 2.70.

Keywords: *mobile banking*, interface design, interests, service features and ease of us

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya yang tiada terhingga. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, keluarga, sahabat, serta seluruh umatnya yang istiqomah hingga akhir zaman. Berkat ridha Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Desain Antarmuka, Fitur Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi *Mobile banking* BTN Syariah (Studi Kasus BTN Syariah KCS Semarang)”. Penulisan skripsi dilakukan sebagai salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Program Studi S1 Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Nizar, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Arif Afendi, SE., M.Sc. selaku Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah dan Ibu Mardhiyaturrositaningsih, ME. selaku sekretaris program studi S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang.
4. Ibu Dr. Dessy Noor Farida, M.Si. selaku pembimbing I dan Ibu Eka Harisma W, M.Hum. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dengan penuh kesabaran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, M.Si. selaku wali dosen yang telah memberikan arahan dan dukungan selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Dosen, Karyawan, dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pelayanan yang terbaik selama masa perkuliahan.
7. Pihak BTN Syariah yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian di BTN Syariah, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
8. Bapak H. Suharto dan Ibu Hj. Tasmiru yang telah memberikan dukungan moral, material, dan doa yang tidak pernah putus.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk penyempurnaan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan bagi pembaca pada umumnya.

Semarang, 23 Mei 2023

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Salsabila Anis Widya', written in a cursive style.

Salsabila Anis Widya

2105036055

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI	vii
PEDOMAN TRASLITERASI	viii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	14
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model</i>	17
2.1.3 <i>Mobile Banking</i>	20
2.1.4 Desain Antarmuka.....	22
2.1.5 Fitur Layanan	26

2.1.6	Kemudahan Penggunaan	28
2.1.7	Minat	30
2.2	Penelitian Terdahulu.....	33
2.3	Kerangka Penelitian.....	39
2.4	Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN		45
3.1	Jenis Data Penelitian.....	45
3.2	Sumber Penelitian.....	45
3.2.1	Sumber Primer.....	45
3.2.2	Sumber Sekunder	45
3.3	Populasi dan Sampel.....	46
3.3.1	Populasi	46
3.3.2	Sampel.....	46
3.4	Teknik Pengumpulan Data	47
3.5	Definisi Operasional Variabel	47
3.6	Skala Penelitian	48
3.7	Teknik Analisis Data	49
3.7.1	Analisis Data Deskriptif	49
3.7.2	Analisis Statistik.....	49
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	50
3.7.4	Analisis Regresi Linier Berganda	52
3.7.5	Uji Hipotesis.....	52
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	54
4.1.1	Sejarah Bank BTN Syariah	54
4.1.2	Visi dan Misi Bank BTN Syariah	54
4.2	Pilot Test.....	55
4.2.1	Uji Validitas	55

4.2.2	Uji Reliabilitas	57
4.3	Analisis Deskriptif	57
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	59
4.3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
4.3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	60
4.4	Analisis Statistik	60
4.4.1	Uji Instrumen	60
4.5	Uji Asumsi Klasik	63
4.5.1	Uji Normalitas	63
4.5.2	Uji Multikolinearitas	64
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	65
4.6	Uji Analisis Linier Berganda	67
4.7	Uji Hipotesis	68
4.7.1	Uji Regresi Parsial (Uji T)	68
4.7.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	69
4.7.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	70
4.8	Pembahasan Hasil Analisis Data	71
4.7.1	Pengaruh Desain Antarmuka Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> BTN Syariah	71
4.7.2	Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> BTN Syariah	72
4.7.3	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> BTN Syariah	73
4.7.4	Desain Antarmuka, Fitur Layanan dan Kemudahan Penggunaan Secara Bersama-Sama Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> BTN Syariah	75
BAB V PENUTUP		76

5.1	Kesimpulan.....	76
5.2	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN.....		85
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		106

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 10 Aplikasi Mobile Banking Syariah Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3. 1 Indikator Peneltian	47
Tabel 3. 2 Skala Likert	49
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Pilot Test.....	55
Tabel 4. 2 Uji Validitas Pilot Test.....	56
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas Pilot Test	57
Tabel 4. 4 Jenis Kelamin Responden	58
Tabel 4. 5 Usia Responden.....	58
Tabel 4. 6 Pendidikan Responden	59
Tabel 4. 7 Pekerjaan Responden	59
Tabel 4. 8 Lama Menjadi Nasabah.....	60
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Desain Antarmuka (X1)	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Fitur Layanan (X2).....	61
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Kemudahan Penggunaan (X3)	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Minat (Y).....	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4. 14 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	64
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastiditas	66
Tabel 4. 17 Hasil Uji Analisis Linier Berganda	67
Tabel 4. 18 Hasil Uji T.....	69
Tabel 4. 19 Hasil Uji F	70
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Keuangan yang Paling Digunakan Tahun 2022	1
Gambar 1. 2 Pengguna <i>Mobile Banking</i> di Indonesia Tahun 2024.....	3
Gambar 1. 3 Keluhan Nasabah Mengenai Aplikasi BTNS <i>Mobile</i>	6
Gambar 1. 4 Pra Survey Nasabah BTN Syariah KCS Semarang.....	10
Gambar 2. 1 Teori Perilaku Direncanakan (<i>Theory of Planned Behavior</i>).....	15
Gambar 2. 2 Model TAM.....	18
Gambar 2. 3 Tampilan Aplikasi BTNS <i>Mobile</i>	24
Gambar 2. 4 Fitur Layanan BTNS <i>Mobile</i>	27
Gambar 2. 5 Kerangka Penelitian	40
Gambar 4. 1 Hasil Uji P-Plot	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kesioner Penelitian	85
Lampiran 2 Tabulasi Data	88
Lampiran 3 Hasil Output Uji Deskriptif	96
Lampiran 4 Hasil Output Uji Validitas (Pilot Test)	97
Lampiran 5 Hasil Output Uji Reliabilitas (Pilot Test)	100
Lampiran 6 Hasil Output Uji Validitas	100
Lampiran 7 Hasil Output Uji Reliabilitas	102
Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas	102
Lampiran 9 Hasil Output Uji Multikolinearitas	103
Lampiran 10 Hasil Output Uji Heterokedastisitas	103
Lampiran 11 Uji Output Uji Linier Berganda	104
Lampiran 12 Hasil Output Uji T	104
Lampiran 13 Hasil Output Uji F	104
Lampiran 14 Hasil Output Uji Determinasi (R^2)	104
Lampiran 15 Surat Penelitian	105

BAB I

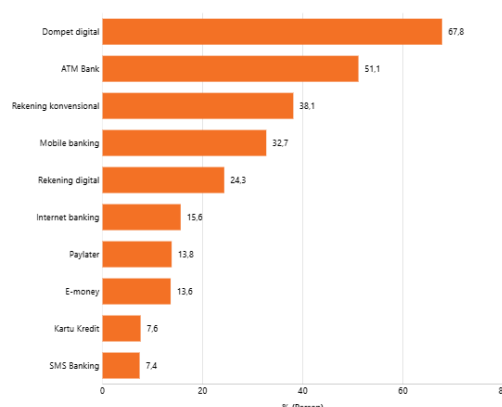
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan zaman menuju era digital, berbagai bidang kehidupan telah mengalami transformasi untuk mengikuti perkembangan tersebut. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) baru-baru ini mengumumkan hasil survei yang menunjukkan bahwa tingkat pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mengalami peningkatan, dari 78,19% menjadi 79,5%. Peningkatan ini mencerminkan semakin banyaknya masyarakat yang terhubung dengan internet, yang berjumlah sekitar 221 juta pengguna dari total populasi Indonesia.¹

Teknologi telah memberikan pengaruh yang signifikan dan mengubah cara hidup masyarakat dalam berbagai aspek, termasuk aktivitas ekonomi, sosial, politik, budaya, dan ilmu pengetahuan.² Dalam industri perbankan, lembaga bank memiliki peran khusus sebagai intermediator keuangan yang mengelola dan mempertemukan pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang memerlukan dana. Sistem perbankan ini bukanlah hanya untuk keperluan bisnis, tetapi juga investasi, hingga kebutuhan sehari-hari. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam era digital, sektor perbankan telah berkembang pesat dalam memberikan inovasi layanan keuangan berbasis teknologi informasi. Inovasi itu membuat layanan perbankan semakin memudahkan transaksinya, seperti *call center*, *internet banking*, *phone banking*, jaringan ATM (*automated teller machine*) dan *mobile banking*.

Gambar 1. 1 Produk Keuangan yang Paling Digunakan Tahun 2022



Sumber: katadata.co.id, 202

¹ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, “APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang,” 2024.

² Dwi Swasana Ramadhan, “Financial Technology and Sharia Compliance Regulations in Islamic Banking in Indonesia,” *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 4, no. 2 (2022): 218, <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2022.4.2.15647>.

Berdasarkan gambar 1.1 hasil penelitian yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC), terjadi perubahan yang signifikan dalam preferensi masyarakat Indonesia terhadap layanan keuangan. Dompot digital menempati urutan teratas sebagai produk keuangan yang banyak digunakan oleh masyarakat dengan persentase 67,8% yang aktif menggunakan layanan seperti Gopay, OVO, Shopeepay, dan Dana. ATM Konvensional menduduki posisi kedua dengan tingkat persentase mencapai 51,1% dari total responden. Sementara itu, rekening bank konvensional berada di urutan ketiga dengan persentase penggunaan sebesar 38,1%. Selanjutnya *mobile banking* yang merupakan layanan perbankan berbasis aplikasi *smartphone*, menempati urutan keempat dengan tingkat persentase sebesar 32,7%.³

Mobile banking adalah layanan perbankan digital yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi keuangan dan mendapatkan informasi perbankan melalui aplikasi perbankan yang telah dipasang di perangkat *mobile*, seperti *smartphone* atau tablet. Layanan ini merupakan perkembangan dari sistem perbankan tradisional yang memberikan fleksibilitas dan kemudahan bagi nasabah untuk mengelola keuangan mereka kapan saja dan di mana saja. *Mobile banking* telah membuka peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan potensi, kesuksesan, produktivitas, dan menyalurkan kreativitas, khususnya di wilayah perkotaan yang memiliki tingkat kesibukan tinggi. Bank syariah berbasis internet hadir sebagai solusi yang memudahkan nasabah dalam melakukan berbagai transaksi keuangan tanpa perlu menghabiskan waktu untuk mengunjungi kantor cabang bank.⁴

Mobile banking merupakan inovasi layanan perbankan digital yang dirancang untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan maksimal bagi nasabah dalam mengelola kebutuhan finansial.⁵ Layanan ini berkembang sebagai solusi perbankan yang memungkinkan nasabah untuk mengakses berbagai informasi keuangan dan melakukan berbagai transaksi secara instan melalui perangkat *mobile*. Sebagai platform perbankan modern, *mobile banking* menghadirkan pengalaman perbankan *real-time* yang memungkinkan nasabah untuk memantau pergerakan dana, melacak status transaksi, dan menerima notifikasi langsung untuk setiap aktivitas keuangan yang terjadi pada rekening

³ Reza Pahlevi, "Survei KIC: Kalahkan ATM, Dompot Digital Jadi Produk Keuangan Yang Paling Banyak Digunakan," accessed March 4, 2025, <https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/b45916820a9ea4c/survei-kic-kalahkan-atm-dompot-digital-jadi-produk-keuangan-yang-paling-banyak-digunakan>.

⁴ Asri Sekar Alam, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Resiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Bank Muamalat Kcp Lamongan," Skripsi, 2022, 3.

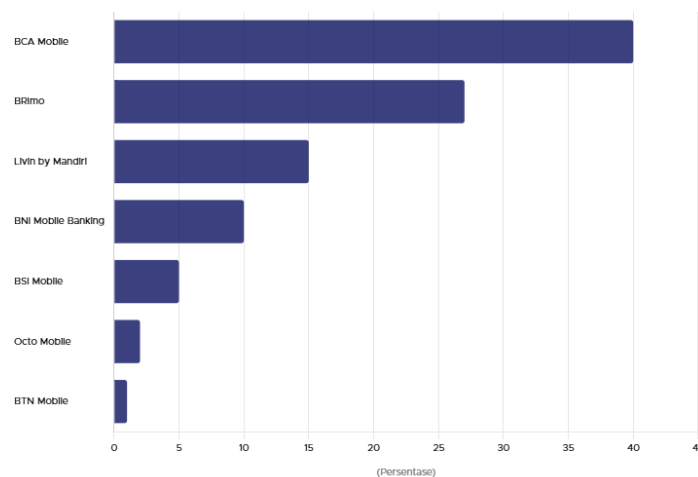
⁵ Rian Maulana, Iskandar Iskandar, and Masrura Mailany, "Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model," *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi* 2, no. 2 (2019): 147, <https://doi.org/10.22373/cj.v2i2.4161>.

mereka. Sistem ini beroperasi secara *real-time*, yang berarti setiap transaksi diproses dan diperbarui secara instan, memberikan kepastian dan kejelasan bagi pengguna tentang status keuangan mereka.

Industri perbankan kini menghadapi persaingan yang semakin intens seiring pesatnya transformasi digital, terutama dalam menciptakan layanan perbankan *mobile* yang unggul. Lembaga perbankan, termasuk bank syariah, berlomba-lomba meningkatkan kualitas dan fitur layanan digital mereka untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Kompetisi ini telah mendorong inovasi berkelanjutan dalam pengembangan aplikasi *mobile banking*, yang mana setiap bank berupaya memberikan layanan perbankan digital yang unggul, baik dari segi fungsionalitas, keamanan, maupun kemudahan penggunaan.⁶

Sebagai bagian dari upaya modernisasi layanan perbankan, Unit Usaha Syariah PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk (BTN Syariah) telah melakukan inovasi digital dengan menghadirkan aplikasi BTNS *Mobile*. Transformasi digital ini merupakan langkah strategis dalam meningkatkan kualitas layanan perbankan bagi nasabah. BTNS *Mobile* sebagai solusi perbankan digital yang memungkinkan nasabah untuk melaksanakan berbagai aktivitas perbankan melalui perangkat *smartphone* mereka. Aplikasi ini dirancang dengan mengedepankan tiga aspek utama: keamanan transaksi yang terjamin, kecepatan pemrosesan yang optimal, dan kemudahan penggunaan bagi semua kalangan nasabah.⁷

Gambar 1. 2 Pengguna Mobile Banking di Indonesia Tahun 2024



Sumber: data.goodstats.id, 2024

Dari gambar 1.2 BTNS *Mobile* tidak tergolong sebagai aplikasi *mobile banking* paling banyak dipakai masyarakat Indonesia di tahun 2024. Hal ini karena aplikasi *mobile banking* dari bank-bank konvensional lebih mendominasi pangsa pasar. BCA *Mobile*

⁶ Novia Amanda Safitri et al., "Strategi Inovasi Perbankan Digital Dalam Menghadapi Persaingan Industri Keuangan," *Indonesian Journal of Economics* 1, no. 5 (2024): 414–419.

⁷ Safitri et al., "Pengukuran Kepuasan Pengguna BTNS Mobile Menggunakan Metode Evaluasi Heuristik dan SUS Pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh," *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi* 13, no. 2 (2025): 255-265.

memimpin persentase tertinggi sebanyak 40% dari total penggunaan *mobile banking* di Indonesia. Keberhasilan ini diikuti oleh BRI Mo dari Bank BRI yang berhasil meraih pangsa pasar sebesar 27%. Livin' by Mandiri, sebagai platform digital Bank Mandiri, menduduki posisi ketiga dengan persentase 15% dari total pengguna. BNI *mobile banking* menempati di posisi keempat dengan persentase 10%. Sementara itu, BSI *Mobile* yang merupakan perwakilan dari bank syariah berhasil meraih 5% pangsa pasar. Di posisi yang lebih rendah, terdapat OCTO *Mobile* dari CIMB Niaga yang mencatatkan persentase sebesar 2%, dan BTN *Mobile banking* yang berkontribusi 1% dari total penggunaan *mobile banking* di Indonesia.⁸

BTNS *Mobile* sebagai inovasi perbankan digital, memudahkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan hanya melalui *smartphone*. Dengan memanfaatkan teknologi *mobile*, nasabah dapat mengakses layanan perbankan secara *real-time* selama 24 jam, tanpa batasan waktu dan lokasi. Transformasi digital yang dilakukan BTNS tidak hanya fokus pada M-Banking saja, tetapi juga mencakup pengembangan menyeluruh pada layanan *online banking* dan jaringan ATM untuk memberikan layanan perbankan yang lebih komprehensif.⁹ Melalui aplikasi BTNS *Mobile*, nasabah dapat menikmati berbagai layanan perbankan yang lengkap dan terintegrasi. Fitur-fitur unggulan yang tersedia meliputi akses rekening secara detail, kemudahan dalam melakukan berbagai jenis pembayaran tagihan rutin, fasilitas belanja online yang aman, layanan informasi transfer dana baik ke sesama BTNS maupun antar bank lain, serta pemantauan saldo rekening secara *real-time*. Semua kemudahan ini dapat diakses hanya mengunduh dengan aplikasi BTNS *Mobile* melalui Google Play Store.¹⁰

Dalam penerapan layanan BTNS *Mobile*, terdapat beberapa kendala yang sering dihadapi oleh nasabah. Gangguan sistem dan jaringan yang tidak stabil menjadi tantangan utama, yang mana sering terjadi sistem offline atau kesulitan saat login yang mengharuskan pengguna menunggu hingga indikator berwarna hijau. Keterbatasan sistem juga terlihat dari hanya diperbolehkannya satu rekening untuk mengakses layanan *mobile banking*. Tantangan lain muncul dari beragamnya karakteristik nasabah. Nasabah lansia seringkali mengalami kesulitan dalam memahami dan mengoperasikan aplikasi BTNS *Mobile*. Sementara itu, nasabah milenial menginginkan layanan yang simpel, cepat, dan efisien.¹¹

⁸ Agnes Yonatan Z., "Mobile Banking Terpopuler Di Indonesia 2024," 2024, <https://data.goodstats.id/statistic/mobile-banking-terpopuler-di-indonesia-2024-MdFQB>.

⁹ Agung Nugraha, "Analisis Pemanfaatan Financial Teknologi (BTN Mobile) Pada Bank BTN Syariah (Bank BTN KC Syariah Medan)," *Islamic Economics and Finance* 2, no. 1 (2024): 200.

¹⁰ BTN Syariah, accessed November 21, 2024, <https://www.btn.co.id/id-ID/About/About-Us>.

¹¹ Nugraha, "Analisis Pemanfaatan Financial Teknologi (BTN Mobile) Pada Bank BTN Syariah (Bank BTN KC Syariah Medan)."

Di sisi lain, nasabah dewasa cenderung lebih berhati-hati dalam mengadopsi teknologi perbankan digital karena adanya kekhawatiran terhadap risiko keamanan dan potensi masalah yang mungkin timbul. Ketidakstabilan jaringan juga menjadi hambatan signifikan dalam penggunaan M-Banking, yang dapat menyebabkan kegagalan transaksi atau kesulitan dalam mengakses akun. Hal ini dapat mengurangi kepercayaan nasabah terhadap reliabilitas layanan dan menimbulkan keengganan untuk sepenuhnya beralih ke sistem perbankan digital.¹²

Tabel 1. 1

10 Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia

No	Nama Bank	Diunduh	Rating	Ulasan
1.	Bank Jago Syariah	10 jt +	4,4/5	181.847
2.	Bank Syariah Indonesia	10 jt +	3,8/5	231.710
3.	Bank Aceh Syariah	500 rb +	4,0/5	11.144
4.	Bank BCA Syariah	500 rb +	3,1/5	7.658
5.	Bank Jabar Banten Syariah	100 rb +	4,0/5	4.990
6.	Bank NTB Syariah	100 rb +	3,8/5	1.141
7.	Bank Mega Syariah	100 rb +	3,6/5	2.622
8.	Bank BTN Syariah	100 rb +	2,3/5	4.366
9.	Bank KB Bukopin Syariah	10 rb +	3,4/5	670
10.	Bank Panin Dubai Syariah	1 rb +	4,5/5	78

Sumber: Google Play Store, 2024 (data diolah)

Berdasarkan tabel 1.1 aplikasi *mobile banking* dari Bank BTN Syariah berada di posisi kedelapan dengan jumlah unduhan yang cukup signifikan yaitu 100 ribu pengguna. Namun, peringkat rating aplikasi yang hanya mencapai 2,3 dari 5 bintang. Berdasarkan 4.000 ulasan menunjukkan adanya ketidakpuasan yang cukup besar di kalangan pengguna. Rating yang berada di bawah 3 bintang ini menjadi indikator penting bahwa masih banyak aspek yang perlu ditingkatkan dalam layanan BTNS *Mobile*. Rendahnya rating ini diperkuat dengan banyaknya keluhan yang disampaikan pengguna melalui kolom ulasan di Play Store. Para nasabah secara aktif menyuarakan berbagai permasalahan yang mereka

¹² *Ibid.*

hadapi saat menggunakan aplikasi, mulai dari masalah teknis hingga kendala dalam pengoperasian.

Gambar 1. 3 Keluhan Nasabah Mengenai Aplikasi BTNS *Mobile*



Sumber: Google Play Store, 2024

Berdasarkan gambar 1.3, para pengguna mengkritisi keterbatasan fitur yang tersedia dalam aplikasi ini, terutama dalam layanan-layanan yang sudah umum tersedia di aplikasi perbankan digital lainnya. Desain antarmuka *BTNS Mobile* juga menjadi sorotan para nasabah yang menilai bahwa desain aplikasi masih terkesan kuno dan kurang mengikuti perkembangan zaman. Hal ini semakin terasa ketika dibandingkan dengan aplikasi *mobile banking* bank-bank konvensional yang telah menghadirkan tampilan modern dan fitur-fitur yang lebih komprehensif. Sementara bank lain terus berinovasi dengan menghadirkan berbagai layanan digital yang canggih dan terintegrasi, *BTNS Mobile* masih menggunakan pendekatan lama dalam sistem dan tampilannya.

Para pengguna *BTNS Mobile* mengungkapkan ketidakpuasan mereka mengenai kemudahan penggunaan saat menggunakan M-Banking. Masalah yang paling sering

dikeluhkan adalah ketidakstabilan aplikasi yang kerap mengalami error saat nasabah sedang melakukan transaksi pembayaran, hal ini diperparah dengan lambatnya respon server yang membuat proses transaksi menjadi tidak efisien dan memakan waktu lebih lama dari seharusnya. Proses autentikasi transaksi juga menjadi sumber ketidakpuasan bagi nasabah, terutama dalam hal mendapatkan m-token untuk keperluan transfer dana. Sistem verifikasi yang tidak reliabel ini sering mengakibatkan kegagalan transaksi dan membuat nasabah harus mengulang prosesnya dari awal. Selain itu, masalah yang cukup krusial adalah sering munculnya notifikasi ketidaksesuaian kartu SIM pada saat proses aktivasi. Hal ini mengharuskan nasabah melakukan proses instalasi ulang aplikasi secara berulang kali, yang tentunya sangat tidak efisien dan membuang waktu.¹³

Berbagai kendala yang dihadapi dalam penggunaan BTNS *Mobile* memberikan dampak serius terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital. Ketika nasabah mengalami kesulitan dan hambatan berulang dalam mengoperasikan *mobile banking*, tingkat kepercayaan dan keinginan untuk menggunakan layanan tersebut cenderung menurun secara signifikan. Situasi ini menciptakan efek domino yang tidak hanya mempengaruhi pengalaman individual nasabah tetapi juga berdampak pada reputasi layanan digital BTN Syariah secara keseluruhan. Dampak dari permasalahan teknis yang berkelanjutan ini meluas ke berbagai aspek. Selain mengganggu efisiensi transaksi, kendala-kendala tersebut juga menimbulkan keresahan di kalangan nasabah mengenai keandalan sistem BTNS *Mobile*. Akibatnya, banyak nasabah mengambil langkah alternatif dengan kembali ke metode transaksi konvensional atau bahkan memilih untuk beralih ke layanan *mobile banking* bank kompetitor yang menawarkan sistem lebih stabil dan pengoperasian lebih mudah. Berdasarkan penelitian Badaruddin dan Risma,¹⁴ minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dipengaruhi oleh dua faktor utama yakni persepsi fitur layanan dan kemudahan penggunaan. Dalam pengembangan penelitian ini, ditambahkan satu variabel baru yaitu desain antarmuka sebagai faktor tambahan yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*.

Faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* yaitu desain antarmuka. Desain aplikasi *mobile banking* sangat penting dalam menarik minat

¹³ Salsabilla Ambayun Kusumaningrum, Mochammad Abdul Kodir, and Teguh Budi Santosa, "Analisis Kebutuhan Nasabah Atas Fitur Aplikasi BTN Mobile Pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang," *BanKu: Jurnal Perbankan Dan Keuangan* 5, no. 1 (2024): 46–55, <https://doi.org/10.37058/banku.v5i1.8173>.

¹⁴ Badaruddin and Risma, "Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak)," 1, no. 1 (2021): 1–13.

nasabah.¹⁵ Kualitas desain aplikasi merujuk pada antarmuka suatu aplikasi yang menyajikan informasi atau gambar secara teratur, dengan tujuan untuk menarik perhatian pelanggan dan memudahkan mereka dalam menemukan apa yang mereka cari.¹⁶ Ketika sebuah aplikasi memiliki desain yang simpel dan mudah digunakan, nasabah akan lebih nyaman dalam melakukan berbagai transaksi perbankan. Tampilan yang menarik juga membuat nasabah tertarik untuk mencoba dan terus menggunakan aplikasi tersebut. Desain yang bagus tidak hanya soal keindahan, tapi juga tentang kemudahan penggunaan. Saat nasabah merasa aplikasi tersebut mudah digunakan dan enak dilihat, mereka akan lebih percaya dan senang menggunakan layanan *mobile banking* untuk kebutuhan perbankan mereka sehari-hari.

Menurut penelitian Mustika Raudhatul Jannah & Suzanna Lamria Siregar¹⁷ menjelaskan bahwa desain antarmuka berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Sedangkan menurut Faizal Ghifari,¹⁸ menyatakan bahwa desain antarmuka tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile banking*.

Faktor berikutnya yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* yaitu fitur layanan. Fitur layanan merupakan elemen atau ciri khas dari suatu produk layanan yang ditawarkan oleh penyedia jasa kepada pelanggan. Ciri-ciri ini menjadi faktor penting yang dipertimbangkan saat konsumen membuat keputusan.¹⁹ Karakteristik dari fitur layanan adalah berbagai jenis pelayanan yang disediakan oleh perusahaan. Dalam konteks layanan *mobile banking*, fitur-fitur yang tersedia mencakup informasi seperti saldo, tagihan kartu kredit, mutasi rekening, suku bunga, dan lokasi cabang atau ATM terdekat. Selain itu, ada juga fitur untuk melakukan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan, dan berbagai fitur lainnya.²⁰

¹⁵ Mustika Raudhatul Jannah and Suzanna Lamria Siregar, "Pengaruh Kemudahan Sistem, Keamanan Sistem Dan Tampilan Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Kualitas Layanan Sebagai Variabel Intervening," *KALBISOCIO Jurnal Bisnis Dan Komunikasi* 11, no. 1 (2024): 105–123, <https://doi.org/10.53008/kalbisocio.v11i1.3302>.

¹⁶ Anjar Trianita and Riski Wahyuning Damayanti, "Pengaruh Kualitas Tampilan Aplikasi Dan Harga Terhadap Minat Gen Z Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi Pada Pengguna Social Commerce Tiktok Shop Di Yogyakarta," *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis* 4, no. 2 (2024): 115, <https://doi.org/10.56127/jaman.v4i2.1619>.

¹⁷ Mustika Raudhatul Jannah and Siregar, "Pengaruh Kemudahan Sistem, Keamanan Sistem Dan Tampilan Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Kualitas Layanan Sebagai Variabel Intervening."

¹⁸ Faizal Ghifary, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Antarmuka Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking," *Skripsi*, 2022, 1–17, <http://eprints.ums.ac.id/103598/>.

¹⁹ Hendrato Setiabudi Nugroho Anafiah Rumuar, "Pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Di Kalangan Generasi-Z" 23, no. 1 (2024): 192.

²⁰ Dian Nova Hastari Afifah Miftakhul jannah, "Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Menggunakan M-Banking Bsi Terhadap Kepuasan Nasabah," *Jurnal Ekonomi Sakti* 12, no. 1 (2023): 102.

Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Cindy Astuti²¹ dan Marthauli²² menyatakan bahwa fitur layanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Hal ini menyatakan fitur layanan yang baik akan mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Sedangkan penelitian yang dilakukan Achmad Hanafi & Ice Kamela²³ menyatakan fitur layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan tidak adanya hubungan antara fitur layanan dengan minat menggunakan *mobile banking*.

Faktor selanjutnya yaitu kemudahan penggunaan. Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai keyakinan seseorang bahwa menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan banyak usaha. Jika pengguna atau individu merasa bahwa suatu sistem informasi mudah untuk digunakan, maka mereka cenderung akan memanfaatkan sistem tersebut. Sebaliknya, jika mereka menganggap sistem informasi tersebut sulit digunakan, maka kemungkinan besar mereka tidak akan menggunakannya.²⁴ Selama penggunaan *mobile banking*, nasabah sering kali merasakan berbagai manfaat yang signifikan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan minat dan kepercayaan mereka terhadap layanan perbankan digital ini.²⁵

Salah satu keuntungan utama dari *mobile banking* adalah kemudahan akses yang ditawarkan, yang mana nasabah dapat mengakses rekening mereka kapan saja dan di mana saja hanya dengan menggunakan *smartphone*, menghilangkan kebutuhan untuk pergi ke bank fisik. Selain itu, *mobile banking* memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi dengan cepat dan efisien, mulai dari transfer dana hingga pembayaran tagihan, semua dapat dilakukan dalam hitungan detik dengan antarmuka yang intuitif. Semakin positif penilaian seseorang terhadap kemudahan suatu teknologi, semakin besar

²¹ Cindy Astuti and Mulia Saputra, "Pengaruh Keuntungan Relatif, Fitur Layanan, Risiko, Dan Kepatuhan Syariah Terhadap Minat Transaksi Menggunakan Bsi Mobile Di Kota Banda Aceh," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)* 7, no. 3 (2022): 441–452, <https://doi.org/10.24815/jimeka.v7i3.21923>.

²² 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>.

²³ Achma Hanafi and Ice Kamela, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Gopay) Di Kota Padang," *JFEK* 21, no. 2 (2022): 2–4, <https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFEK/article/view/21336>.

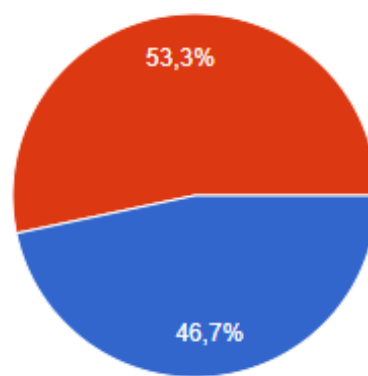
²⁴ Hapsawati Taan, "Kemudahan Penggunaan Dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen," *E- Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 8, no. 1 (2021): 90.

²⁵ Evi Susanti and Novita Oktavianti Parera, "Loyalitas Nasabah Dari Kemudahan Penggunaan Mobile Banking," *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business* 2, no. 1 (2021): 43, <https://doi.org/10.52238/ideb.v2i1.37>.

kemungkinan mereka untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan.²⁶

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mukhtisar dkk.²⁷ dan Jhon Fernos dan Mairizal Alfadino²⁸ menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Sedangkan menurut penelitian Muhammad Qoes Atieq dan Eva Nurpiani²⁹ menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Namun, menurut penelitian Alif Ainul Khatimah Sulmi dkk.³⁰ menyatakan kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Gambar 1. 4 Pra Survey Nasabah BTN Syariah KCS Semarang



Sumber: Pra Survey, 2024

Berdasarkan hasil pra survey yang dilakukan, menunjukkan tingkat penggunaan layanan *mobile banking* BTNS *Mobile* di kalangan nasabah masih rendah. Hal ini tercermin dari pra survey yang telah dilaksanakan, yang mana dari sampel 15 nasabah yang diteliti. Data ini menunjukkan bahwa masih terdapat 8 nasabah yang belum memanfaatkan

²⁶ Ida Riskawati, Mardhiyaturrositaningsih, and Saekhu, "The Effect of Perceived Ease , Risk and Financial Literacy on the Use of QRIS as a Digital Payment in MSMEs," *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 7, no. 1 (2025): 159, <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2025.7.1.26744>.

²⁷ Mukhtisar Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, and Evriyenni Evriyenni, "Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)," *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*. 3, no. 1 (2021): 56, <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v3i1.9632>.

²⁸ Jhon Fernos and Mairizal Alfadino, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya," *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta* 16, no. 2 (2021): 115–25, <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i2.19032>.

²⁹ Muhammad Qoes Atieq and Eva Nurpiani, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah," *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 2, no. 1 (2022): 401–23, <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.109>.

³⁰ Alif Ainul Khatimah Sulmi et al., "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)," *Islamic Banking, Economic and Financial Journal* 1, no. 2 (2021): 60.

layanan digital banking tersebut secara optimal. Salah satu kendala yang dihadapi nasabah terungkap melalui wawancara, seperti yang disampaikan oleh Hanin yang mengalami kesulitan dalam proses aktivasi saat mencoba masuk ke sistem dan kesulitan saat melakukan transaksi transfer. Rendahnya tingkat penggunaan ini menunjukkan adanya tantangan dalam hal minat dan kesediaan nasabah untuk menggunakan teknologi perbankan digital yang ditawarkan melalui BTNS *Mobile*. Masalah ini menjadi sebuah perhatian khusus mengingat di era digital ini, layanan *mobile banking* seharusnya dapat memberikan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi bagi para nasabah.

Berdasarkan permasalahan serta hasil penelitian terdahulu, maka perlu adanya pengkajian yang lebih mendalam lagi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking*. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Desain Antarmuka, Fitur Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BTN Syariah (Studi Kasus BTN Syariah KCS Semarang)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang masalah yang akan diteliti, peneliti memfokuskan permasalahan dalam pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah desain antarmuka berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking* BTN Syariah pada BTN Syariah KCS Semarang?
2. Apakah fitur layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking* BTN Syariah pada BTN Syariah KCS Semarang?
3. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking* BTN Syariah pada BTN Syariah KCS Semarang?
4. Apakah desain antarmuka, fitur layanan dan kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking* BTN Syariah pada BTN Syariah KCS Semarang?

1.3 Tujuan

Tujuan Penelitian Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab dari pertanyaan yang telah dirumuskan di atas yakni:

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh desain antarmuka terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking* BTN Syariah pada BTN Syariah KCS Semarang.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking* BTN Syariah pada BTN Syariah KCS Semarang.
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking* BTN Syariah pada BTN Syariah KCS Semarang.
4. Untuk menguji secara empiris pengaruh desain antarmuka, fitur layanan dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking* BTN Syariah pada BTN Syariah KCS Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan menjelaskan pemahaman serta menambah pengetahuan terkait Pengaruh Desain Antarmuka, Fitur Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BTN Syariah (Studi Kasus BTN Syariah KCS Semarang).
 - b. Hasil penelitian ini bisa digunakan untuk penelitian-penelitian selanjutnya, sehingga adanya suatu perkembangan dan penerapan yang baik dari peneliti penulis yang berjudul “Pengaruh Desain Antarmuka, Fitur Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BTN Syariah (Studi Kasus BTN Syariah KCS Semarang)”.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat serta pemahaman maupun perkembangan ilmu bagi peneliti terkait pengaruh desain antarmuka, fitur layanan dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking* BTN Syariah (studi kasus BTN Syariah KCS Semarang).
 - b. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini sebagai kontribusi pengetahuan keilmuan dari penulis kepada Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang untuk dijadikan rujukan kepentingan akademis.

c. Bagi Institusi/Bank Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak BTN Syariah dalam pengaruh desain antarmuka, kualitas layanan dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking* BTN Syariah.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan ini disusun dengan maksud untuk mempermudah peneliti dalam merencanakan penelitian yang akan dilaksanakan. Struktur pembahasan disusun dalam lima bab yang meliputi:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini mencakup analisis yang lebih terperinci dengan menjelaskan teori-teori yang terkait dengan desain antarmuka, fitur layanan dan kemudahan penggunaan, dimaksudkan untuk memberikan penjelasan yang komprehensif terkait dengan penelitian ini. Dalam bab ini memaparkan tinjauan pustaka dari penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Selanjutnya, bab ini menguraikan kerangka pikiran yang berfungsi mempermudah peneliti melanjutkan penelitian dan terakhir mengembangkan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini mengulas mengenai metodologi penelitian yang mencakup jenis dan pendekatan penelitian, sumber dan jenis data, sampel dan populasi, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang akan diterapkan dalam proses penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV memuat hasil penelitian dan pembahasan. Bagian awal memaparkan gambaran penelitian, meliputi proses penyebaran kuesioner kepada responden, karakteristik, dan analisis data statistik. Metode penelitian yang dilakukan, yaitu uji validitas dan reliabilitas kuesioner, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, uji hipotesis, uji koefisien determinan, dan uji koefisien korelasi. Terakhir hipotesis ditolak atau diterima berdasarkan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bagian akhir ini berisi kesimpulan serta saran yang berasal dari analisis yang telah dijabarkan sebelumnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Theory of Planned Behavior*

Teori ini awalnya dikenal sebagai *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang dikembangkan pada tahun 1967. Seiring berjalannya waktu, teori ini mengalami revisi dan pengembangan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein. Mulai tahun 1980, TRA digunakan untuk menganalisis perilaku manusia dan merancang intervensi yang lebih efektif. Pada tahun 1988, model ini diperluas dengan menambahkan model baru, sehingga dinamakan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Penambahan ini bertujuan untuk mengatasi kelemahan yang ditemukan oleh Ajzen dan Fishbein dalam penelitian mereka yang menggunakan TRA.³¹

Theory of Planned Behavior adalah teori yang menjelaskan bahwa hubungan antara sikap, norma subjektif, dan persepsi seseorang dapat mempengaruhi niat individu untuk melakukan tindakan.³² *Theory of Planned Behavior* berlandaskan pada keyakinan bahwa orang cenderung bertindak dengan cara yang rasional.³³ Teori ini menjelaskan bagaimana sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan dapat mempengaruhi niat seseorang. Selain itu, teori ini juga meneliti hubungan antara niat dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap perilaku yang sebenarnya. Dengan kata lain, teori ini berusaha memahami faktor-faktor yang mendorong individu mengambil keputusan dan bertindak.³⁴

Theory of Reasoned Action (TRA) menjelaskan bahwa niat seseorang untuk berperilaku dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*) dan norma subjektif (*subjective norm*). Sementara itu, *Theory of Planned Behavior* (TPB) mengembangkan TRA dengan menambahkan satu faktor lagi, yaitu kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavior control*).³⁵ Niat (minat) adalah langkah awal dalam proses penggunaan

³¹ Dr. Mahyani, "Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)," Jurnal EL-RİYASAH, 16.

³² Agus Wahyudi Salasa Gama, Ni Wayan Eka Mitriani, Ni Made Widriyani, *Kumpulan Teori Bisnis: Perspektif Keuangan, Bisnis, Dan Sinergik* (Bali: Nilacakra, 2024).

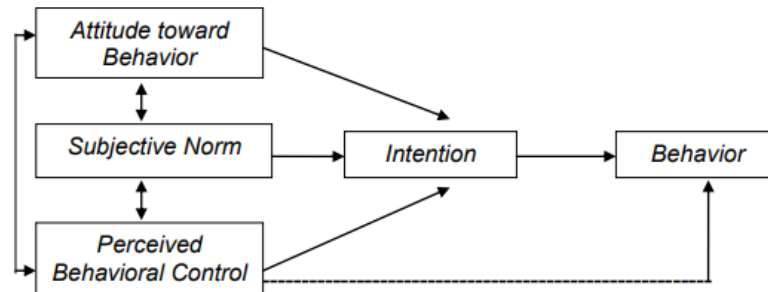
³³ Icek Ajzen, *Attitudes, Personality, And Behavior*, 2nd ed. (London: Open University Press, 2005).

³⁴ Angelo Steven Windy Maslim and Sri Andayani, "Penerapan Metode Theory of Planned Behavior Untuk Tingkat Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Belanja Online," *JuSiTik : Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi Komunikasi* 7, no. 1 (2023): 8, <https://doi.org/10.32524/jusitik.v7i1.1038>.

³⁵ Siti Salbiyah, "Theory Planned Behavior Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Mahasiswa Dengan Cooperative Learning Tipe Jigsaw Sebagai Variabel Moderating Di Feb Universitas Muhammadiyah Surabaya," *Balance: Economic, Business, Management, and Accounting Journal* 12, no. 1 (2020): 83.

teknologi. Ini mencerminkan keinginan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu. Semakin positif sikap, norma, dan kontrol yang dirasakan, maka semakin kuat niat seseorang untuk melakukan tindakan yang diinginkan.³⁶

Gambar 2. 1 Teori Perilaku Direncanakan (*Theory of Planned Behavior*)



Sumber: Ajzen, 1991

Teori perilaku terencana memberikan gambaran singkat tentang bagaimana individu dapat memprediksi apakah seseorang akan melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan. Teori ini mengandalkan tiga faktor utama yang menjadi dasar niat seseorang, yaitu yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*) dan norma subjektif (*subjective norm*) dan persepsi kemampuan untuk mengontrol (*perceived behavior control*).³⁷ Dengan kata lain, bagaimana individu melihat suatu perilaku, apa yang orang lain harapkan dari individu, dan seberapa besar kemampuan untuk melakukan. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai tiga poin tersebut:

1. Sikap (*Attitude*)

Sikap merujuk pada sejauh mana seseorang menilai suatu tindakan baik atau tidak baik. Ini mencerminkan evaluasi pribadi yang dimiliki seseorang terhadap perilaku tertentu dan tindakan mereka. Seseorang cenderung bertindak sesuai dengan sikap yang dimilikinya terhadap suatu perilaku. Jika individu menganggap suatu sikap positif, maka mereka akan memilih untuk berperilaku sesuai dengan pandangan tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena

³⁶ Abigael Jenifer, Mery Citra Sondari, "Kombinasi Teori Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory of Planned Behavior (TPB) Dalam Penggunaan Fitur Tawar Harga Pada Aplikasi Transportasi Online InDrive," 2023, 4, <https://doi.org/10.31857/s013116462104007x>.

³⁷ Dr. Mahyani, "Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)."

itu, sikap berfungsi sebagai panduan yang membantu individu dalam menentukan tindakan yang akan diambil.³⁸

Dalam kaitannya dengan penggunaan *BTNS Mobile*, sikap ini mencerminkan pandangan positif atau negatif terhadap aplikasi tersebut. Semakin positif sikap seseorang, semakin besar kemungkinan individu menggunakan layanan tersebut. Sikap ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti desain menarik, mudah digunakan, dan menawarkan fitur-fitur yang bermanfaat, maka individu cenderung memiliki sikap positif terhadap penggunaan aplikasi tersebut.

2. Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

Norma subjektif adalah bagaimana seseorang memandang perilaku tertentu, yang dipengaruhi oleh pandangan orang lain terhadap perilaku tersebut. Norma subjektif merujuk pada cara seseorang memahami pesan yang disampaikan oleh orang lain, yang bertujuan untuk memengaruhi agar mendukung atau menolak suatu tindakan tertentu. Pengaruh ini bisa berupa dorongan yang kuat atau persetujuan dari orang-orang di sekitar, yang pada akhirnya membentuk niat atau intensi untuk melakukan.³⁹

Norma subjektif dapat dipahami sebagai persepsi individu mengenai tekanan sosial yang ada untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Setiap orang memiliki keyakinan tentang bagaimana individu atau kelompok tertentu merespon tindakan yang mereka ambil. Jika seseorang percaya bahwa tindakan mereka sejalan dengan norma yang dianut oleh kelompok maka mereka akan mengikuti norma tersebut dan berperilaku sesuai harapan kelompok.⁴⁰

Norma subjektif mencerminkan persepsi individu tentang apa yang dipikirkan orang lain (keluarga, teman, atau kelompok), misalnya dalam penggunaan *BTNS Mobile*. Jika banyak orang disekitar menggunakan aplikasi tersebut dan memberikan respon positif, maka individu akan merasa terdorong untuk menggunakan aplikasi tersebut.

³⁸ Feby Evelyn, "Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Pembelian Tiket Secara Online Pada Generasi Milenial," *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi* 8, no. 1 (2021): 4, <https://doi.org/10.54131/jbma.v8i1.113>.

³⁹ Siti Mauidhoh Syarfi and Nadia Asandimitra, "Implementasi Theory of Planned Behavior Dan Risk Tolerance Terhadap Intensi Investasi Peer to Peer Lending," *Jurnal Ilmu Manajemen* 8, no. 3 (2020): 866, <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p864-877>.

⁴⁰ Nadhira Afdalia, "Theory of Planned Behavior Dan Readiness for Change," *Jurnal Akutansi Dan Auditing Indonesia*, 113.

3. Persepsi kontrol perilaku (*Perceived Behavior Control*)

Elemen ini ditambahkan ke dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk mengatasi perilaku yang terhambat oleh keterbatasan sumber daya. Kontrol perilaku didefinisikan sebagai seberapa mudah atau sulitnya seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Ini mencerminkan persepsi individu tentang kemampuan untuk melakukan tindakan tertentu, yang dipengaruhi oleh ketersediaan sumber daya yang diperlukan. Persepsi kontrol perilaku adalah keyakinan individu mengenai ketersediaan sumber daya yang mendukung atau menghambat perilaku tertentu.⁴¹

Konsep ini mengacu pada persepsi seseorang tentang kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku tertentu. Kaitannya dengan penelitian ini yaitu mengacu pada sejauh mana nasabah BTN Syariah merasa yakin dan mampu menggunakan aplikasi BTNS *Mobile*. Semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap kemampuan mereka dalam menggunakan aplikasi, semakin besar kemungkinan mereka akan secara aktif memanfaatkan fitur-fitur yang ditawarkan.

2.1.2 *Technology Acceptance Model*

Technology Acceptance Model (TAM), atau yang dikenal sebagai Model Penerimaan Teknologi, adalah sebuah teori yang menjelaskan bagaimana orang menggunakan sistem teknologi informasi. Teori ini sangat berpengaruh dan sering digunakan untuk memahami bagaimana individu menerima dan beradaptasi dengan penggunaan sistem teknologi informasi.⁴² *Technology Acceptance Model* (TAM), atau model penerimaan teknologi, diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1986. Model ini merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang diciptakan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975.⁴³ TAM adalah sebuah konsep yang dirancang untuk menjelaskan dan memprediksi bagaimana teknologi digunakan. Tujuan utama dari pengembangan model ini adalah untuk mengkaji bagaimana persepsi individu dapat memengaruhi niat mereka dalam menggunakan

⁴¹ Nuri Purwanto, Budiyo, Suhermin, *Theory of Planned Behavior: Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth Pada Konsumen Marketplace, Sustainability (Switzerland)*, vol. 11 (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022).

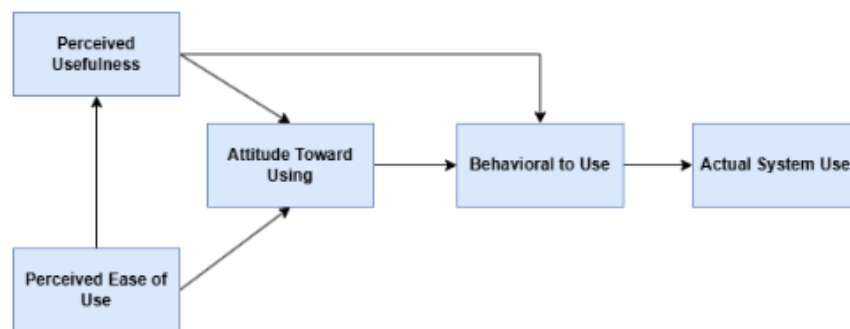
⁴² Indyah Hartami Santi and Bayu Erdani, *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)* (Penerbit NEM, 2021).

⁴³ Christine Clara Caroline and Dwi Hastuti Hastuti, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori Tam," *Keunis (Keuangan Dan Bisnis)* 9, no. 2 (2021): 162.

teknologi informasi, serta bagaimana niat tersebut berhubungan dengan penggunaan teknologi yang sebenarnya.⁴⁴

Dikembangkan oleh Fred Davis pada akhir 1980-an, TAM berakar pada Teori Tindakan Beralasan (*Theory of Reasoned Action*) dari Fishbein dan Ajzen, yang menekankan peran kognisi dalam membentuk perilaku. Namun, TAM memiliki fokus yang lebih spesifik pada konteks teknologi informasi dengan mengidentifikasi dua konstruk perseptual yang sangat relevan untuk penggunaan sistem teknologi. Keunikan dari TAM terletak pada kemampuannya untuk menyederhanakan proses pengambilan keputusan yang kompleks terkait teknologi menjadi komponen-komponen yang lebih mudah diukur dan dipahami. Dengan demikian, TAM membantu dalam memahami bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi baru.

Gambar 2. 2 Model TAM



Sumber: Sofia Umaroh, dkk, 2025

TAM adalah teori yang menjelaskan persepsi penggunaan teknologi dan persepsi ini berpengaruh terhadap minat penggunaan teknologi. Menurut teori *Technology Acceptance Model* (TAM), niat perilaku dipengaruhi oleh sikap pengguna terhadap suatu teknologi, yang kemudian dipengaruhi oleh kegunaan yang dipersepsikan dan kemudahan yang dipersepsikan.⁴⁵ Penerimaan teknologi oleh pengguna dipengaruhi oleh dua keyakinan utama:

1. *Perceived Usefulness* (kegunaan atau manfaat)

David (1989) dan Adams et al. (1992) menjelaskan bahwa persepsi kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu

⁴⁴ Johaness Fernandes Andry, Herlina, and Filbert Marcellus Susanto, "Analisis Deskriptif Perilaku Konsumen Shopee: Technology Acceptance Model (TAM)," *Journal of Technology and Informatics (JoTI)* 4, no. 2 (2023): 64, <https://doi.org/10.37802/joti.v4i2.318>.

⁴⁵ Fred D Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly* 13, no. 3 (May 21, 1989): 319–40, <https://doi.org/10.2307/249008>.

objek tertentu akan memberikan keuntungan atau manfaat bagi dirinya.⁴⁶ *Perceived Usefulness* atau manfaat yang dirasakan adalah pandangan dari pengguna mengenai seberapa efektif suatu aplikasi dalam membantu mereka menjalankan tugas pekerjaan.⁴⁷ Ketika seseorang merasa yakin bahwa sebuah aplikasi akan membantu mereka menyelesaikan tugas dengan lebih efisien, lebih cepat, dan dengan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan cara lama mereka bekerja, maka mereka merasakan manfaat dari teknologi tersebut.

Perceived usefulness mengukur sejauh mana seseorang merasa bahwa menggunakan teknologi dapat meningkatkan kinerjanya yang dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap manfaat yang ditawarkan oleh teknologi tersebut. Dalam konteks ini, individu akan lebih cenderung menggunakan teknologi ketika mereka yakin bahwa alat atau aplikasi tersebut dapat mempermudah tugas-tugas mereka sehari-hari. Misalnya dalam penggunaan BTNS *Mobile*, jika individu merasa bahwa aplikasi *mobile banking* ini dapat membantu mereka dalam melakukan transaksi keuangan dengan lebih cepat dan efisien, maka minat mereka untuk menggunakannya cenderung meningkat.

2. *Perceived ease of use* (Kemudahan Penggunaan)

Perceived ease of use didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang merasa bahwa menggunakan suatu teknologi akan dilakukan tanpa kesulitan.⁴⁸ Menurut Davis (1989), *Perceived ease of Use* adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan suatu sistem atau aplikasi tertentu tidak memerlukan usaha yang berarti. Dengan kata lain, teknologi tersebut harus dapat dipahami dan digunakan dengan mudah oleh penggunanya, tanpa menimbulkan kesulitan atau hambatan.⁴⁹ Ketika seseorang menganggap suatu teknologi mudah digunakan, mereka cenderung memiliki sikap positif terhadap teknologi tersebut dan lebih berminat untuk menggunakannya.

Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana pengguna merasa bahwa menggunakan aplikasi tersebut tidak memerlukan usaha yang besar dan dapat dilakukan dengan mudah. Dalam kaitannya dengan hal tersebut, ketika

⁴⁶ Teresia Perpetua Kota and Sri Yani Kusumastuti, "Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Tam)," *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 10, no. 3 (2022): 280, <https://doi.org/10.31846/jae.v10i3.515>.

⁴⁷ Apay Safari and Anti Riyanti, "Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking," *Jurnal Edunomika* 08, no. 01 (2023): 2.

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ Mery Trianita, Fafa Fuji Lia Ristoni, and Yuniilma, "Peran Teori TAM Dalam Meningkatkan Repurchase Intention Pengguna SPayLater Di Kota Padang," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas* 26, no. 2 (2024): 312.

pengguna merasakan bahwa aplikasi BTNS *Mobile* mudah dipelajari, mudah dioperasikan, mudah diingat langkah-langkah penggunaannya, dan jarang menimbulkan kesalahan saat digunakan, maka hal ini akan membentuk persepsi positif terhadap kemudahan penggunaan aplikasi tersebut.

Teori memiliki beberapa fungsi penting dalam penelitian. *Pertama*, teori membantu memperjelas masalah penelitian, sehingga peneliti dan pembaca dapat dengan mudah mengidentifikasi isu yang ada dalam objek yang diteliti. *Kedua*, teori berfungsi sebagai landasan untuk merumuskan hipotesis. Dengan demikian, peneliti dapat menyusun dugaan sementara berdasarkan masalah yang ditemukan, dengan membandingkannya dengan teori-teori yang sudah ada. *Ketiga*, teori berfungsi sebagai referensi dalam menyusun instrumen penelitian. Ini penting agar alat yang digunakan dalam penelitian dapat dirancang dengan baik dan relevan dengan tujuan penelitian.⁵⁰

2.1.3 *Mobile Banking*

Mobile banking atau dikenal dengan M-Banking adalah layanan perbankan digital yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan secara online melalui aplikasi resmi bank tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan.⁵¹ *Mobile banking* merupakan inovasi layanan perbankan berbasis teknologi seluler modern yang memberikan kemudahan pengguna dalam melakukan transaksi perbankan.⁵² Konsep *mobile banking* memungkinkan nasabah untuk dengan mudah dan fleksibel mengakses layanan perbankan melalui perangkat seluler mereka. Layanan ini mencakup berbagai aktivitas seperti memeriksa saldo, mentransfer dana, membayar tagihan, serta membeli produk atau layanan, yang dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja.⁵³ Seiring perkembangan zaman, popularitas *mobile banking* terus meningkat sebagai wujud inovasi teknologi yang berkelanjutan. Layanan ini hadir untuk memenuhi kebutuhan nasabah akan transaksi perbankan yang efisien, terpercaya, dan mudah diakses selama 24 jam.

⁵⁰ Ence Surahman, Adrie Satrio, and Herminarto Sofyan, "Kajian Teori Dalam Penelitian," *Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan* 3, no. 1 (2020): 51, <https://doi.org/10.17977/um038v3i12019p049>.

⁵¹ Evelyne Vagittha br Tarigan and Khairina Tambunan, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Dalam Menggunakan Mobile Banking Di Bank Syariah Indonesia Kcp Stabat Proklamasi," *Journal of Economics & Management* 2, no. 1 (2022): 86, <https://doi.org/10.57251/reg.v2i1.284>.

⁵² Dahliani Lubis, Syamsul Effendi, and Arifa Pratami, "Pengaruh Minat Mahasiswa Universitas Islam Sumatera Utara Dalam Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada Bank Syari'ah," *MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2023): 153, <https://doi.org/10.30743/mutlaqah.v3i2.7212>.

⁵³ M. Ridha Siregar Uly Handayani Mukhra, Jasman J. Makruf, T. Meldi Kesuma, Ahmad Nizam, *Mobile Banking Dalam Persepsi Privasi Nasabah* (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2024).

Dari segi keamanan, *mobile banking* dilengkapi dengan berbagai fitur pengamanan seperti PIN, biometrik (sidik jari atau *face recognition*), dan *One-Time Password* (OTP) untuk memastikan keamanan transaksi nasabah. Meskipun demikian, pengguna tetap perlu berhati-hati dan tidak membagikan informasi sensitif kepada pihak yang tidak bertanggung jawab untuk menghindari risiko kejahatan siber. Pengembangan layanan *mobile banking* merupakan inovasi yang dirancang untuk mengoptimalkan kinerja perbankan dan memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi finansial mereka. Perkembangan digital ini sejalan dengan ajaran dalam Surat Lukman ayat 19.

وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاعْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ

Artinya: "Dan sederhanakanlah dalam berjalan dan lunakkan suaramu. Sesungguhnya seburuk-buruk suara ialah suara keledai". (QS. Lukman: 19)

Dan ingatlah ketika Lukman berkata kepada anaknya, ketika dia sesaat demi sesaat memberi pelajaran kepadanya, "Wahai anakku! Janganlah engkau mempersekutukan Allah dengan sesuatu pun, dan ketauhilah bahwa sesungguhnya mempersekutukan Allah adalah benar-benar kezaliman yang besar karena telah merendahkan martabat Sang Mahaagung ke posisi yang hina." Lukman melarang anaknya menyekutukan Tuhan. Larangan ini adalah sesuatu yang memang patut disampaikan Lukman kepada putranya karena menyekutukan Allah adalah perbuatan dosa yang paling besar.⁵⁴

Mobile banking hadir sebagai solusi dalam dunia perbankan dengan beragam tujuan. Pertama, layanan ini dirancang untuk meningkatkan kualitas pelayanan bank kepada nasabahnya dengan menawarkan layanan perbankan yang lebih modern dan efisien. Kedua, *mobile banking* muncul sebagai respon terhadap tuntutan pasar yang menginginkan akses perbankan yang lebih praktis dan dapat diandalkan. Ketiga, layanan ini memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan berbagai transaksi tanpa perlu mengunjungi kantor cabang bank.⁵⁵

Mobile banking memberikan berbagai manfaat yang signifikan bagi nasabah dalam pengelolaan keuangan mereka, yaitu:⁵⁶

⁵⁴ Qur'an Kemenag, accessed March 9, 2025, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/31?from=19&to=19>.

⁵⁵ Dahliani Lubis, et al., "Pengaruh Minat Mahasiswa Universitas Islam Sumatera Utara Dalam Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada Bank Syariah"

⁵⁶ Gustin Rianita and Muhammad Iqbal Fasa, "Analisis Manfaat Penggunaan Mobile Banking Sebagai Alat Pembayaran Digital Analysis Of The Benefits Of Using Mobile Banking As A Digital Payment Tool" 1, no. 5 (2024): 7650.

1. Kemudahan akses, yang mana nasabah dapat melakukan berbagai transaksi perbankan kapan saja dan dimana saja tanpa perlu datang ke kantor cabang bank.
2. Layanan ini memudahkan proses pembayaran tagihan rutin seperti listrik, air dan internet tanpa perlu mengantri dan memungkinkan nasabah untuk memantau saldo dan riwayat transaksi secara *real-time*.
3. Kemudahan transfer uang, yang mana nasabah dapat mengirim dana ke berbagai rekening, baik dalam maupun luar negeri dengan biaya yang lebih terjangkau.
4. *Mobile banking* dilengkapi dengan sistem notifikasi *real-time* yang memberi informasi tentang setiap transaksi dan perubahan saldo.
5. Keamanan transaksi dengan melalui fitur-fitur canggih seperti otentikasi biometrik yang melindungi data nasabah.

Namun, terdapat beberapa tantangan dalam penggunaan *mobile banking*, sebagai berikut:

1. Ketergantungan pada koneksi internet yang stabil dan kemungkinan gangguan sistem, terutama di daerah-daerah dengan infrastruktur telekomunikasi yang belum memadai. Ketika jaringan internet mengalami gangguan tidak stabil, nasabah tidak dapat melakukan transaksi yang mendesak, yang dapat menimbulkan kerugian atau ketidaknyamanan.
2. *Server down* atau masalah teknis lainnya yang dapat menghambat akses layanan *mobile banking*. Hal ini tentunya dapat mengurangi kepercayaan nasabah terhadap reabilitas layanan perbankan digital.
3. Kesenjangan digital yang masih terjadi di masyarakat, khususnya di kalangan lansia. Banyak dari mereka yang merasa mengalami kesulitan dalam memahami antarmuka aplikasi *mobile banking*. Beberapa kendala yang sering dihadapi, yaitu kesulitan dalam mengingat password, bingung dengan menu-menu yang tersedia.

2.1.4 Desain Antarmuka

Desain sering kali dipahami sebagai seni terapan, arsitektur dan berbagai bentuk kreativitas lainnya. Dalam konteks penggunaan kata “desain” dapat berfungsi sebagai kata benda maupun kata kerja. Ketika digunakan sebagai kata kerja “desain” merujuk pada proses menciptakan dan menghasilkan objek baru. Sebaliknya, sebagai kata benda, “desain” menggambarkan hasil akhir dari suatu

proses kreatif, yang berupa rencana, proposal, atau objek fisik yang nyata.⁵⁷ Menurut Kotler, Philip, dan Kevin (2013) dalam Walter Tabelessy⁵⁸ desain merupakan keseluruhan elemen yang memengaruhi penampilan, pengalaman, dan fungsi atau suatu produk, yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Antarmuka atau “*interface*” adalah bagian dari suatu sistem yang berfungsi sebagai penghubung antara pengguna dan sistem itu sendiri. Sederhananya, antarmuka adalah bagian yang dapat dilihat dan diinteraksi oleh pengguna untuk menjalankan suatu sistem. Desain antarmuka merupakan desain untuk tampilan aplikasi perangkat lunak yang berfokus pada pengalaman pengguna dan interaksi.⁵⁹

Desain yang estetika pada aplikasi *mobile banking* mampu menarik perhatian nasabah. Ketika tampilan aplikasi menarik dan mudah digunakan, pengguna merasa tertarik untuk menggunakan layanan tersebut.⁶⁰ Desain yang menarik dapat secara signifikan meningkatkan minat pelanggan, karena elemen visual yang memikat, seperti warna-warna cerah dan tata letak yang esteti, mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan. Ketika pengguna merasa terhibur oleh tampilan situs, mereka lebih cenderung untuk menjelajahi lebih jauh dan menggunakan layanan yang ditawarkan secara berkelanjutan.⁶¹

Desain dalam layanan *mobile banking* perlu ditata dengan baik untuk menciptakan kesan bagi pengguna. Pemilihan grafis yang seimbang dapat menarik perhatian pengguna terhadap layanan *mobile banking* tersebut. Ketika pengguna merasa tertarik dengan desain yang fungsional, mereka akan lebih menggunakan aplikasi secara rutin. Dengan meningkatkan kualitas layanan *mobile banking* melalui desain yang esteti dan fitur yang relevan, minat penggunaan *mobile banking* juga akan meningkat.

⁵⁷ Setiyo Adi Nugroho, Daniel Rudjiono, and Febrian Rahmadhika, “Perancangan Identitas Perusahaan Dalam Bentukstationery Desain Di Rumah Kreasi Grafika,” *Pixel :Jurnal Ilmiah Komputer Grafis* 14, no. 1 (2021): 50, <https://doi.org/10.51903/pixel.v14i1.456>.

⁵⁸ Walter Tabelessy, “Pengaruh Desain Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Rumahan Buket Bunga Victoria Di Kota Ambon,” *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* 2, no. 2 (2021): 90, <https://doi.org/10.47747/jnmprsdm.v2i2.274>.

⁵⁹ Wisnu Gede I Satria Chandra Putra and Jusia Ginting Amanda, “Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Aplikasi Bank Digital Di Indonesia,” *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi* 10, no. 2 (2022): 306–18, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>.

⁶⁰ Bayu Arie Fianto, “Mobile Banking Services Quality and Its Impact on Customer Satisfaction of Indonesian Islamic Banks,” *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 7, no. 1 (2021): 62, <https://www.academia.edu/download/59306124/11852-26893-4-PB20190518-6204-1sywosr.pdf>.

⁶¹ Syed Ali Raza et al., “Internet Banking Service Quality, e-Customer Satisfaction and Loyalty: The Modified e-SERVQUAL Model,” *TQM Journal* 32, no. 6 (2020): 1446, <https://doi.org/10.1108/TQM-02-2020-0019>.

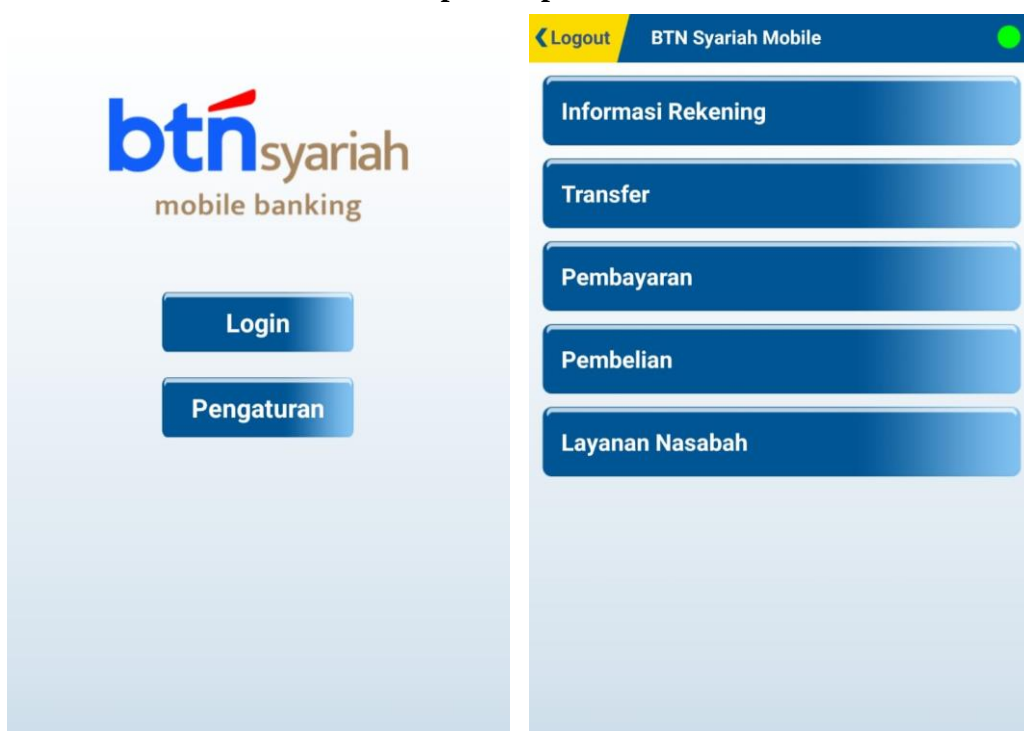
Alam semesta ini diatur dengan sangat rapi dan seimbang, menjadi motivasi dalam menciptakan desain yang harmonis. Sebagaimana firman Allah dalam QS. An-Nahl ayat 12 yang berbunyi:

وَسَخَّرَ لَكُمُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ وَالشَّمْسَ وَالْقَمَرَ وَالنُّجُومَ مُسَخَّرَاتٌ بِأَمْرِهِ ۚ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ

Artinya: “Dia menundukkan malam dan siang, matahari dan bulan untukmu, dan bintang-bintang dikendalikan dengan perintah-Nya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang mengerti” (QS. An-Nahl: 12)

Allah swt menjelaskan bahwa Dialah yang mengendalikan malam dan siang, serta matahari dan bulan. Semua itu untuk kepentingan manusia dan sebagai nikmat yang diciptakan Allah untuk mereka. Allah mengendalik-an siang dan malam secara berganti-ganti. Malam sebagai waktu untuk beristirahat dan tidur agar tenang pikirannya di siang hari. Sedang siang adalah waktu untuk berusaha mencari rezeki guna memenuhi kebutuhan hidup.⁶² Surat An-Nahl ayat 12 mengajarkan mengenai keteraturan dan keseimbangan, seperti pergantian siang dan malam serta peredaran matahari dan bulan.

Gambar 2. 3 Tampilan Aplikasi BTNS Mobile



Sumber: Aplikasi BTNS Mobile, 2024

⁶² Qur'an Kemenag, accessed March 27, 2025, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/16?from=12&to=12>.

Desain antarmuka aplikasi *mobile banking* yang baik adalah kunci untuk menarik dan mempertahankan pengguna. antarmuka yang menarik dan mudah digunakan akan membuat nasabah lebih nyaman dan sering menggunakan aplikasi tersebut. Menurut Dimitry Fadeyev dalam Irma Rochmawati indikator-indikator yang perlu diperhatikan dalam desain UI (antarmuka) meliputi:⁶³

1. Kejelasan (*Clarity*)

Kejelasan adalah elemen penting dalam desain antarmuka. Aplikasi *mobile banking* harus menyajikan informasi dengan cara yang mudah dipahami, jelas dan singkat sehingga pengguna dapat dengan cepat mengerti fungsi dan fitur yang tersedia.

2. Responsif (*Responsiveness*)

Responsif berkaitan dengan seberapa cepat aplikasi merespons tindakan pengguna. Aplikasi *mobile banking* harus mampu memberikan umpan balik yang cepat saat pengguna melakukan interaksi, seperti saat menekan tombol atau mengisi formulir.

3. Konsisten (*Consistency*)

Konsisten dalam desain antarmuka berarti menggunakan elemen yang sama di seluruh aplikasi. *Mobile banking* harus menjaga konsistensi dalam penggunaan warna, font, dan gaya ikon. Hal ini membantu pengguna untuk memahami dan mengingat cara menggunakan aplikasi dengan lebih baik, karena mereka tidak perlu belajar ulang setiap kali berpindah antar fitur.

4. Efisiensi (*efficiency*)

Efisiensi berkaitan dengan seberapa cepat dan mudah pengguna dapat menyelesaikan tugas dalam aplikasi. *Mobile banking* harus dirancang untuk meminimalkan jumlah langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan transaksi atau mengakses informasi.

5. Estetika (*Aesthetics*)

Estetika merujuk pada daya tarik visual dari aplikasi. Desain yang menarik dan profesional akan membuat pengguna merasa lebih nyaman dan percaya diri saat menggunakan *mobile banking*. Penggunaan warna yang harmonis, tata letak yang rapi, dan elemen visual yang menarik dapat meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

⁶³ Irma Rochmawati, "Analisis User Interface Situs Web Iwearup.Com," *Visualita*, 33, <https://doi.org/10.33375/vslt.v7i2.1459>.

2.1.5 Fitur Layanan

Menurut Kotler & Keller dalam Budi Rusdian dan Rita Kusumadewi⁶⁴ fitur adalah karakteristik dari produk yang berfungsi sebagai pelengkap untuk fungsi dasar sebuah produk. Fitur layanan adalah produk yang digunakan oleh perusahaan untuk membedakan produk mereka dari produk perusahaan lain. Dengan cara ini, perusahaan dapat membangun kepercayaan konsumen, yang membantu mereka dalam membuat keputusan saat melakukan transaksi, baik secara online maupun offline.⁶⁵ Fitur layanan adalah serangkaian karakteristik, kemampuan, dan fungsi spesifik yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dalam suatu produk atau jasa. Setiap fitur layanan bertujuan memberikan nilai tambah, meningkatkan pengalaman pengguna, dan menyelesaikan permasalahan tertentu dengan cara yang efektif dan efisien.⁶⁶

Fitur adalah aspek yang perlu dipertimbangkan oleh individu saat menggunakan sebuah produk. Jika pengguna merasa bahwa fitur tersebut sesuai dan memuaskan, hal ini akan berpengaruh pada minat nasabah. Fitur mencakup semua hal yang dapat diakses oleh nasabah melalui *mobile banking*. Banyak

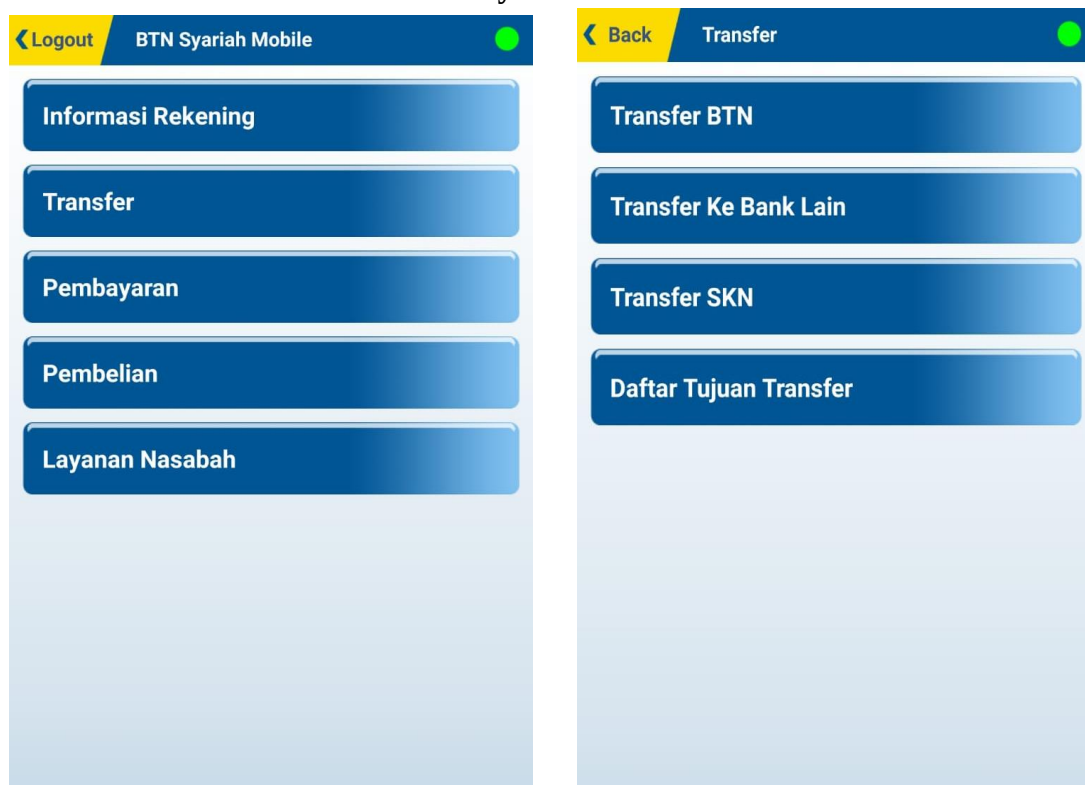
⁶⁴ Budi Rusdiana and Rita Kusumadewi, "Pengukuran Persepsi Pengguna Terhadap Persepsi Manfaat, Fitur Layanan Dan Keamanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Wilayah Ciayumajakuning)," *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan* 5, no. 1 (2024): 160, <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v5i1.7816>.

⁶⁵ Nurya Dina Abrilia and Sudarwanto Tri, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 8, no. 3 (2020): 1008.

⁶⁶ Sukaris Choirotul Mahmudah, "Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi E-Wallet XYZ Di Gresik," *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 5, no. 2 (2024): 7554–55, <https://journal.yrpioku.com/index.php/msej/article/view/5469/3051>.

nasabah menyatakan bahwa ketersediaan fitur dapat memengaruhi keputusan mereka untuk tetap menggunakan layanan tersebut dan tidak beralih ke yang lain.⁶⁷

Gambar 2. 4 Fitur Layanan BTNS Mobile



Sumber: Aplikasi BTNS Mobile, 2024

Dalam ajaran Islam, dinyatakan bahwa memberikan layanan yang baik akan berpengaruh positif terhadap usaha yang dilakukan. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT yang terdapat dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji” (QS. Al-Baqarah: 267)

⁶⁷ Muhammad Zulkarnain et al., “Pengaruh Kemudahan, Ketersediaan Fitur Dan Manfaat Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bsi Mobile Di Kecamatan Ilir Barat Kota Palembang,” *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)* 8 (2023): 271, <https://doi.org/10.32505/j-ebis.v8i2.7036>.

Hai orang-orang yang beriman! Nafkahkanlah yang baik-baik sebagian dari hasil usaha kamu dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk, lalu kamu nafkahkan darinya, padahal kamu (sendiri) tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya, lagi Maha Terpuji.⁶⁸

Menurut Poon (2011) dalam Choiratul Mahmudah dan Sukaris⁶⁹ indikator dalam fitur layanan, diantaranya:

1. Kemudahan akses informasi tentang produk atau jasa
Kemudahan dalam menemukan informasi mengenai produk atau jasa sangat penting. Jika individu dapat dengan cepat mengakses detail layanan, mereka akan lebih percaya diri dalam membuat keputusan.
2. Keberagaman layanan transaksi
Banyaknya pilihan transaksi yang tersedia, seperti transfer uang dan pembayaran tagihan, membuat individu merasa lebih puas karena mereka dapat memenuhi berbagai kebutuhan finansial dalam satu aplikasi.
3. Keberagaman fitur
Fitur-fitur yang beragam, seperti notifikasi dan analisis pengeluaran, membantu individu dalam mengelola keuangan mereka dengan lebih baik, meningkatkan kepuasan dan loyalitas.
4. Inovasi produk
Inovasi yang terus menerus dalam produk dan layanan, seperti penerapan teknologi baru, menunjukkan komitmen perusahaan untuk memberikan pengalaman terbaik kepada individu dan memenuhi kebutuhan yang berkembang.

2.1.6 Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa suatu sistem atau teknologi dapat digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar.⁷⁰ Vankatesh dalam Arif Fakhrudin⁷¹ kemudahan

⁶⁸ Rumah Fiqih Indonesia, accessed March 28, 2025, <https://www.rumahfiqih.com/quran/2/267>.

⁶⁹ Choiratul Mahmudah, "Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi E-Wallet XYZ Di Gresik."

⁷⁰ Viswanath Venkatesh and Fred D. Davis, "Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies," *Management Science* 46, no. 2 (2000): 186–204, <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>.

⁷¹ Arif Fakhrudin, "Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Dan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Kuliah Penerbangan Di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Manajemen Dirgantara* 15, no. 1 (2022): 113–14, <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v15i1.577>.

penggunaan merujuk pada tingkat kepercayaan seseorang bahwa dalam menggunakan teknologi, mereka tidak perlu mengeluarkan usaha yang besar. Ketika seseorang merasa suatu teknologi mudah digunakan, mereka cenderung lebih nyaman dan percaya diri dalam menggunakannya. Dampak dari persepsi kemudahan ini berpengaruh terhadap keputusan seseorang dalam menggunakan teknologi tersebut. Saat pengguna merasakan bahwa suatu sistem tidak rumit dan dapat dipahami dengan cepat, mereka akan lebih terbuka untuk menggunakannya secara berkelanjutan. Kemudahan yang sukses memungkinkan pengguna untuk mengakses dengan cara paling sederhana, tanpa harus melalui langkah-langkah yang dapat menyulitkan mereka.⁷²

Berdasarkan definisi yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa dalam konteks Islam, persepsi kemudahan penggunaan teknologi dapat diartikan sebagai keyakinan individu bahwa teknologi tersebut mudah untuk dipahami, dipelajari, dan digunakan. Sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-A'la ayat 8:

وَنُيَسِّرُكَ لِلْيُسْرَىٰ

Artinya: “Kami akan melapangkan bagimu jalan kemudahan (dalam segala urusan)” (QS. Al-A'la: 8)

Dalam ayat ini, Allah menerangkan bahwa Ia akan memberi Nabi-Nya taufik kepada jalan yang mudah, yang membawa kepada kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Dialah yang memberinya agama yang mudah diterima jiwa dan tidak sukar dipahami oleh akal.⁷³

Dalam konteks kemudahan penggunaan, bahwa setiap pengembangan teknologi sebaiknya mengutamakan aspek kemudahan bagi penggunanya. Ketika sebuah sistem dirancang dengan memperhatikan kemudahan penggunaan, hal ini sejalan dengan fitrah manusia yang selalu mencari cara termudah dalam melakukan sesuatu. Dalam pengembangan teknologi, prinsip ini dapat diterapkan dengan menciptakan sistem yang tidak mempersulit pengguna, melainkan memberi jalan yang mudah bagi mereka untuk mencapai tujuan.

⁷² Diah Nissa Prihatini and Luk Luk Atul Hidayati, “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi,” *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing Of Modern Technology*, 2019, 505–17.

⁷³ Qur'an Kemenag, accessed March 27, 2025, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/87?from=8&to=8>.

Menurut Venkatesh dan Davis (2000) dalam Septi⁷⁴ indikator yang digunakan dalam kemudahan, sebagai berikut:

1. Jelas dan mudah dipahami

Sistem *mobile banking* dirancang agar pengguna dapat dengan mudah memahami fungsionalitas dan navigasi. Informasi yang disajikan secara jelas membantu pengguna, baik yang berpengalaman maupun pengguna baru dalam mengakses layanan tanpa kebingungan.

2. Mudah dipelajari

Aplikasi ini dirancang dengan prinsip kesederhanaan sehingga nasabah tidak perlu berpikir keras saat menggunakannya. Proses login dibuat sederhana dengan pilihan sidik jari atau PIN. Transaksi rutin seperti transfer atau pembayaran tagihan dapat diselesaikan dalam beberapa langkah sederhana. Riwayat transaksi tersimpan dengan rapi dan mudah diakses kembali.

3. Mudah digunakan

Mobile banking menawarkan kemudahan dalam penggunaan, dengan fitur-fitur yang mudah diakses. Pengguna dapat melakukan berbagai transaksi, seperti transfer, pembayaran, dan cek saldo, hanya dengan beberapa langkah sederhana. Bahasa yang digunakan dalam aplikasi mudah dipahami oleh berbagai kalangan pemula.

4. Fleksibel

Mobile banking memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mencapai tujuan mereka, seperti melakukan pembayaran atau mengelola rekening. Fitur-fitur yang relevan dan pengaturan yang fleksibel memastikan bahwa pengguna dapat menyesuaikan kebutuhan mereka secara spesifik, sehingga meningkatkan kepuasan dan efisiensi dalam menggunakan layanan.

2.1.7 Minat

Kotler dan Keller dalam Badaruddin & Risma⁷⁵ menjelaskan Minat dapat dipahami sebagai perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen Ketika mereka memiliki keinginan untuk memilih atau membeli produk tertentu. Hal ini didasari pada pengalaman yang mereka miliki dalam proses pemilihan, penggunaan dan konsumsi produk tersebut atau berkeinginan untuk memiliki produk tersebut. Minat

⁷⁴ Septi Herawati, Evan Saktiendi, and Alya Raihanah, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi KAI Access Terhadap Kepuasan Konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero)," *Formosa Journal of Multidisciplinary Research* 1, no. 6 (2022): 1395, <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i6.1436>.

⁷⁵ Badaruddin and Risma, "Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak)," *Margin* 1, no. 1 (2021): 1-13.

merupakan ketertarikan seseorang yang dilihat dari bagaimana mereka memberikan perhatian khusus pada hal-hal tertentu yang membuat rasa Bahagia. Hal ini juga dapat dipahami sebagai perasaan suka dan senang yang muncul secara alami terhadap sesuatu.⁷⁶ Minat dapat diartikan sebagai keinginan yang kuat terhadap sesuatu, yang melibatkan perbandingan antara rasa senang, harapan, dan ketertarikan. Hal ini mencakup perhatian yang muncul secara alami, baik disengaja maupun tidak, serta motivasi dan faktor lain yang mendorong individu untuk fokus pada suatu objek atau pilihan tertentu.⁷⁷

Seseorang cenderung akan tertarik untuk menggunakan suatu layanan jika mereka merasa bahwa layanan tersebut memberikan manfaat dan kepuasan bagi diri mereka. Dalam konteks perbankan, minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* menjadi salah satu faktor kunci yang mendorong kemajuan teknologi di sektor perbankan. Pada dasarnya, nasabah akan lebih berminat menggunakan *mobile banking* ketika mereka menemukan bahwa layanan tersebut mudah digunakan, memiliki fitur yang sesuai dengan kebutuhan mereka, dan memberikan kemudahan akses. Selain itu, faktor-faktor seperti risiko yang dirasakan dan tingkat kepercayaan terhadap bank juga sangat mempengaruhi minat nasabah. Jika nasabah merasa bahwa layanan *mobile banking* tidak memenuhi harapan atau ada kekhawatiran terkait keamanan, maka minat nasabah untuk menggunakan layanan tersebut akan menurun.

Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surat Al-Isra' ayat 84 mengenai minat, yang berbunyi:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۖ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

Artinya: “Katakanlah: “tiap-tiap orang berbuat menurut keadaanya masing-masing”. Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya” (QS. Al-Isra’: 84)

Allah memerintahkan Nabi Muhammad untuk menyampaikan kepada umatnya agar mereka bekerja menurut potensi dan kecenderungan masing-masing. Semuanya dipersilakan bekerja menurut tabiat, watak, kehendak, dan kecenderungan masing-masing. Allah swt sebagai Penguasa semesta alam

⁷⁶ Tarigan and Tambunan, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Dalam Menggunakan Mobile Banking Di Bank Syariah Indonesia Kcp Stabat Proklamasi.”

⁷⁷ Nita Amanda and Hidayat Hidayat, “Pengaruh Faktor Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Generasi Millenial Menggunakan Mobile Banking,” *Jurnal Al-Fatih Global Mulia* 5, no. 1 (2023): 36, <https://doi.org/10.59729/alfatih.v5i1.59>.

mengetahui siapa di antara manusia yang mengikuti kebenaran dan siapa di antara mereka yang mengikuti kebatilan. Semuanya nanti akan diberi keputusan yang adil.⁷⁸

Menurut Reber dalam Ahmad Abdul Hadi dkk. terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi munculnya minat seseorang, yaitu:⁷⁹

1. Faktor Internal

Faktor internal merujuk pada sesuatu yang berasal dari dalam diri seseorang yang menimbulkan minat terhadap mereka. Ketika seseorang merasa tertarik pada sesuatu, biasanya ada dorongan dari dalam diri mereka yang mendorong rasa ingin tahu dan keinginan untuk mengetahui lebih lanjut. Misalnya, jika seseorang memiliki perhatian yang tinggi terhadap kemudahan dalam beransaksi dan keinginan untuk mengelola keuangan efisien, mereka akan lebih cenderung untuk mencoba layanan *mobile banking*.

2. Faktok Eksternal

Faktor eksternal adalah pengaruh yang datang dari luar individu, yang dapat membentuk minat mereka, seperti keluarga, teman, tersedianya fasilitas serta kondisi lingkungan yang ada. Misalnya, jika seseorang melihat anggota keluarga atau teman mereka menggunakan *mobile banking* dan mendapatkan manfaat dari layanan tersebut, mereka akan merasa terdorong untuk mencoba hal yang sama.

Menurut Davis (1989) dalam Badaruddin dan Risma, terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur minat seseorang dalam menggunakan *mobile banking*.⁸⁰ Indikator-indikator ini mencerminkan bagaimana pengguna merasakan teknologi tersebut. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai indikator-indikator tersebut:

1. Kepuasan setelah menggunakan

Salah satu indikator utama adalah tingkat kepuasan penggunaan setelah mereka menggunakan layanan *mobile banking*. Jika pengguna merasa puas dengan fasilitas yang diberikan, baik dari segi kemudahan, penggunaan maupun manfaat yang diperoleh, mereka akan lebih cenderung untuk terus

⁷⁸ Qur'an Kemenag, accessed March 28, 2025, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/17?from=84&to=111>.

⁷⁹ Ahmad Abdul Hadi et al., "Rendahnya Minat Baca Anak Sekolah Dasar," *Renjana Pendidikan Dasar* 3, no. 1 (2023): 24, <https://prospek.unram.ac.id/index.php/renjana/article/view/303>.

⁸⁰ Badaruddin and Risma, "Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak)."

menggunakan layanan tersebut. Kepuasan ini bisa berasal dari berbagai aspek, seperti kecepatan transaksi, kemudahan akses, dan kualitas layanan yang ditawarkan.

2. Merekomendasikan penggunaan

Indikator lainnya adalah keinginan pengguna untuk merekomendasikan *mobile banking* kepada orang lain. Jika seseorang merasa bahwa layanan ini bermfaat dan memuaskan, mereka akan merekomendasikannya kepada keluarga atau teman. Rekomendasi dari mulut ke mulut ini sangat berpengaruh dalam meningkatkan penggunaan baru di kalangan masyarakat.

3. Keinginan untuk selalu menggunakan

Keinginan untuk menggunakan *mobile banking* merupakan indikator penting. Jika pengguna memiliki minat yang tinggi untuk terus menggunakan layanan ini, hal itu menunjukkan bahwa mereka melihat nilai dalam teknologi tersebut. Keinginan ini muncul didasari oleh kesadaran kemudahan yang ditawarkan, serta bagaimana layanan tersebut dapat membantu menyelesaikan kebutuhan mereka sehari-hari.

4. Berlanjut di masa depan

Tetap menggunakan *mobile banking* di masa depan adalah indikator yang menunjukkan loyalitas pengguna. Jika seseorang berencana untuk terus menggunakan layanan ini, mencerminkan bahwa mereka telah menemukan manfaat yang signifikan dan merasa nyaman dengan teknologi tersebut. Indikator ini penting untuk keberlangsungan penggunaan *mobile banking* dalam jangka Panjang.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait bertujuan untuk memperkuat hasil dari penelitian yang sedang berlangsung. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk membandingkan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan variabel dan hasil yang berbeda. Berikut adalah ringkasan hasil dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Metode dan Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Nurul Hidayah, Susila Andriyati, Vina Rismayani, Viviannisa Victoria. P (2022) ⁸¹	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan BSI <i>Mobile Banking</i>	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik lapangan dan studi kausal (<i>Causal Study</i>). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BSI <i>Mobile Banking</i> . Di sisi lain, kemudahan transaksi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Persamaan penelitian terletak pada metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Variabel independen yang digunakan yaitu fitur produk dan kemudahan.	Perbedaan penelitian terletak pada fokus penelitian yang meneliti kepuasan nasabah dalam penggunaan <i>mobile banking</i> . Objek yang diteliti dalam penelitian yaitu BSI <i>Mobile</i> .
2.	Putri Hadroh Muallifah Maheis, Ida Farida (2023) ⁸²	Pengaruh <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi	Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna. Selain itu, persepsi manfaat juga berpengaruh signifikan pada minat dalam menggunakan aplikasi tersebut. Kualitas layanan juga memiliki dampak signifikan terhadap minat	Persamaan penelitian terletak pada metode yang digunakan yaitu kuantitatif. Variabel independen yang digunakan kemudahan. Sedangkan variabel	Perbedaan penelitian terletak pada Objek yang digunakan dalam penelitian yaitu Flip.

⁸¹ Nurul Hidayah et al., “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketersediaan Fitur Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Penggunaan Bsi Mobile,” *Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2022): 139–59.

⁸² Putri Hadroh Muallifah Maheis and Ida Farida, “Jurnal Mirai Management Pengaruh *Technology Acceptance Model* (TAM) Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Flip Di Jawa Tengah,” *Jurnal Mirai Management* 8, no. 2 (2023): 408–21, <https://databoks.katadata.co.id/>.

		Flip di Jawa Tengah	pengguna untuk menggunakan aplikasi Flip.	dependen yang digunakan minat penggunaan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).	
3.	Minhatus Saniyah, Hendri Hermawan Adinugraha (2023) ⁸³	<i>Information Technology Design For BTN Syariah Mobile Banking Services</i>	Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif. Hasil penelitian ini bahwa strategi yang diterapkan untuk mengembangkan layanan <i>mobile banking</i> ini terbukti memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan jumlah pengguna. Namun, penting untuk terus melakukan perbaikan pada desain fitur layanan aplikasi, mengingat saat ini banyak bank yang telah meluncurkan aplikasi <i>mobile banking</i> dengan berbagai fasilitas dan fitur yang menarik.	Persamaan penelitian ini terletak pada subjek yang digunakan yaitu <i>Mobile Banking</i> BTN Syariah.	Perbedaan penelitian ini terletak pada metode yang digunakan yaitu menggunakan metode kualitatif, Pada penelitian ini menggunakan objek BTN Syariah KCS Pekalongan,
4.	Hanny Dwi Yulianti (2024) ⁸⁴	Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> , Fitur	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan Teknik pengumpulan data melalui koesioner (angket). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan <i>mobile banking</i>	Persamaan penelitian terletak pada metode yang digunakan yaitu kuantitatif.	Perbedaan penelitian terletak pada variabel dependen yang dipakai yaitu kepuasan

⁸³ Minhatus Saniyah and Hendri Hermawan Adinugraha, "Information Technology Design For BTN Syariah Mobile Banking Services" 4, no. 2 (2023): 115–30.

⁸⁴ Hanny Dwi Yulianti, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking, Fitur Aplikasi, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bsi Mobile Di Jabodetabek" (UIN Syarif Hidayatullah, 2024).

		Aplikasi, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan BSI <i>Mobile</i> Di Jabodetabek	tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sebaliknya, fitur aplikasi terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, kemudahan transaksi juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BSI <i>Mobile</i> di Jabodetabek.	Variabel independen yang digunakan yaitu fitur aplikasi dan kemudahan transaksi. Subjek yang diteliti yaitu <i>mobile banking</i> .	nasabah, Objek yang digunakan yaitu nasabah BSI <i>mobile</i> jabodetabek.
5.	Muchamad Khozi Izzuddin, Inayah Ilahiyyah (2024) ⁸⁵	Pengaruh <i>User Interface</i> , <i>Brand Image</i> , dan <i>Digital Literacy</i> terhadap Minat Penggunaan Bank Digital	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Berdasarkan analisis dalam penelitian ini, variabel <i>user interface</i> dan literasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan bank digital di kalangan generasi Y dan Z. Namun, variabel citra merek tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan bank digital pada kedua generasi tersebut.	Persamaan penelitian terletak pada metode yang digunakan yaitu kuantitatif. Variabel independen yaitu desain antarmuka. Variabel dependen yang digunakan yaitu minat penggunaan.	Perbedaan penelitian terletak pada objek yang diteliti yaitu pengguna bank digital.
6.	I Gede Wisnu Satria Chandra Putra, Jusia	Analisa Faktor-faktor yang mempengaruhi minat	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik <i>non probability sampling</i> . Hasil penelitiannya yakni citra merek,	Persamaan penelitian terletak pada metode yang digunakan yaitu	Perbedaan penelitian terletak Objek penelitian generasi Z

⁸⁵ Muchammad Khozi Izzuddin and Inayah Ilahiyyah, "Pengaruh Desain User Interface (Ui), User Experience (Ux) Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan Kembali Dompot Digital Linkaja Syariah," *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship* 12, no. 1 (2022): 144, <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.994>.

	Amanda Ginting (2022) ⁸⁶	generasi Z dalam menggunakan aplikasi bank digital di Indonesia	desain antarmuka dan fitur produk secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap minat generasi Z dalam menggunakan aplikasi bank digital.	kuantitatif. Variabel dependen yang digunakan yakni minat penggunaan. Variabel independen yang digunakan yaitu desain antarmuka dan fitur produk.	pengguna bank digital.
7.	Muhammad Shodiqin (2021) ⁸⁷	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik (<i>field research</i>). Hasil penelitian yaitu Kemudahan penggunaan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan <i>mobile banking</i> . Sebaliknya, manfaat yang dirasakan justru berpengaruh negatif terhadap minat tersebut. Di sisi lain, keamanan aplikasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.	Persamaan penelitian terletak pada variabel independen yaitu kemudahan penggunaan. Variabel dependen yaitu minat penggunaan. Teori yang digunakan yaitu <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).	Perbedaan penelitian terletak pada objek penelitian yaitu nasabah Bank BSI Semarang.

⁸⁶ I Gede Wisnu Satria Chandra Putra and Jusia Ginting Amanda, "Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Aplikasi Bank Digital Di Indonesia," *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi* 10, no. 2 (2022): 306–18, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>.

⁸⁷ Muhammad Shodiqin, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BSI Semarang)," *Skripsi*, 2021, 1–105.

		Bank BSI Semarang)			
8.	Tyas Utami Pangastuti, Alex Fahrur Riza (2023) ⁸⁸	Memprediksi Minat M-Banking Bank Syariah dengan Pendekatan TAM dan TPB: Studi Generasi Milenial di Bantul	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> . Hasil penelitiannya yakni Nasabah akan cenderung memiliki sikap positif terhadap penggunaan m-banking Bank Syariah jika mereka merasakan kemudahan dalam mengoperasikannya. Sikap positif ini akan berdampak baik pada minat mereka untuk menggunakan m-banking Bank Syariah.	Persamaan penelitian terletak pada metode yang digunakan yaitu kuantitatif. Variabel independen yaitu kemudahan. Teori yang digunakan yakni <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) dan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).	Perbedaan penelitian ini menggunakan objek pengguna <i>mobile banking</i> bank syariah warga Kabupaten Bantul.
9.	Fitriani Latief, Dirwan, Ahmad Firman (2024) ⁸⁹	Minat Menggunakan Mobile Banking Melalui Manfaat, Kemudahan, Fitur Layanan dan Keamanan	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Setelah dilakukan penelitian kepada 100 responden, hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa manfaat, kemudahan, fitur layanan, dan keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan mobile banking BCA.	Persamaan penelitian terletak pada metode penelitian ini yaitu kuantitatif. Variabel independen yang digunakan yakni fitur layanan dan kemudahan penggunaan.	Perbedaan penelitian terletak pada objek yang diteliti yakni mahasiswa-mahasiswi aktif di Kota Makassar yang menggunakan layanan mobile banking e-BCA

⁸⁸ Tyas Utami Pangastuti and Alex Fahrur Riza', "Memprediksi Minat M-Banking Bank Syariah Dengan Pendekatan TAM Dan TPB: Studi Generasi Milenial Di Bantul," *Journal of Sharia Finance and Banking* 3, no. 1 (2023): 60–74, <https://doi.org/10.28918/velocity.v3i1.874>.

⁸⁹ Fitriani Latief et al., "Minat Menggunakan Mobile Banking Melalui Manfaat, Kemudahan, Fitur Layanan Dan Keamanan," *Journal of Economic, Public, and Accounting (JEPA)* 6, no. 2 (2024): 127–38.

				Variabel dependen yang digunakan yaitu minat.	
10	Wuri Nur Qotimah (2023) ⁹⁰	Pengaruh Desain <i>User Interface</i> (UI), <i>User Experience</i> (UX) Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan Kembali Dompot Digital Linkaja Syariah	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitiannya yaitu desain <i>user interface</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk menggunakan kembali dompet digital LinkAja Syariah. <i>User Experience</i> juga berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja Syariah. Selain itu, fitur layanan pengaruh positif yang signifikan terhadap niat pengguna untuk menggunakan dompet digital LinkAja Syariah.	Persamaan penelitian terletak pada metode penelitian ini yaitu kuantitatif. Variabel yang digunakan desain antarmuka. Variabel dependen yang digunakan minat penggunaan.	Perbedaan penelitian terletak pada objek yang diteliti yaitu dompet digital Linkaja Syariah di Kota Surakarta.

2.3 Kerangka Penelitian

Kerangka pikir adalah suatu konsep yang menggambarkan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian. Konsep ini berfungsi untuk memberikan jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian yang diajukan. Dengan kata lain, kerangka pikir membantu peneliti untuk memahami bagaimana satu variabel dapat memengaruhi variabel lainnya, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai fenomena yang sedang diteliti.

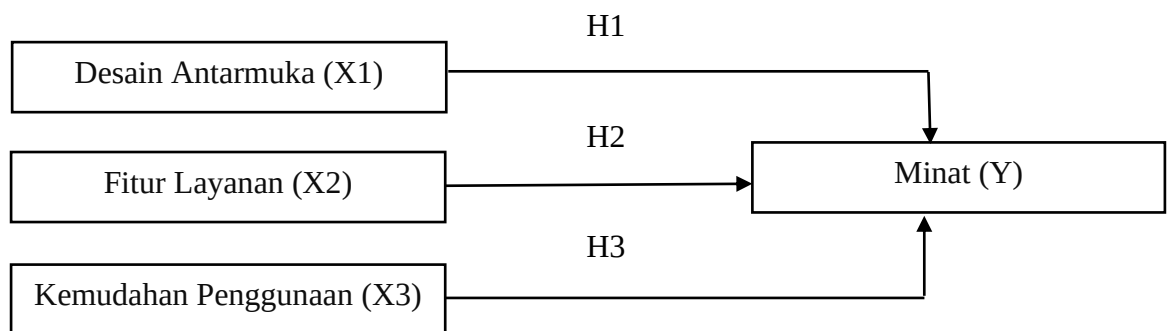
Desain antarmuka yang intuitif, menarik, dan mudah dipahami dapat menciptakan kesan pertama yang positif bagi nasabah. Hal ini pada akhirnya dapat meningkatkan minat mereka untuk menggunakan layanan *mobile banking* BTN Syariah secara berkelanjutan.

⁹⁰ Wuri Nur Qotimah, "Pengaruh Desain User Interface (Ui), User Experience (Ux) Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan Kembali Dompot Digital Linkaja Syariah" (UIN Raden Mas Said, 2023).

Penelitian oleh Muchamad Khozi Izzuddin, Inayah Ilahiyyah⁹¹ menyatakan bahwa desain antarmuka berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan perbankan. Fitur layanan yang baik, seperti aplikasi mobile yang intuitif, notifikasi real-time untuk transaksi, keamanan data yang terjamin, serta layanan customer service yang responsif, dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Ketika nasabah merasa bahwa layanan *mobile banking* dapat diandalkan dan memenuhi kebutuhan perbankan mereka dengan efektif, hal ini dapat mendorong minat nasabah untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Hal ini dibuktikan dalam penelitian Dea Fitria dkk.⁹² kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi seperti transfer dana, pembayaran tagihan, atau pengecekan saldo melalui aplikasi *mobile banking*, nasabah cenderung lebih tertarik untuk menggunakan layanan tersebut. Proses transaksi yang sederhana, tidak rumit, dan dapat dilakukan dalam beberapa langkah sederhana dapat meningkatkan persepsi positif nasabah terhadap *mobile banking*, yang pada akhirnya dapat meningkatkan minat mereka untuk menggunakan aplikasi. Dibuktikan pada penelitian Mukhtisar dkk.⁹³ kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan penjelasan di atas, kerangka pemikiran yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2. 5 Kerangka Penelitian



2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018) dalam Sri Mayasari dan Wan Dian Safina⁹⁴ Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan

⁹¹ Izzuddin and Ilahiyyah, “Pengaruh Desain User Interface (Ui), User Experience (Ux) Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan Kembali Dompot Digital Linkaja Syariah.”

⁹² Dea Fitria et al., “Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Bsi Mobile Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 3, no. 1 (2025): 414–26.

⁹³ Mukhtisar, Tarigan, and Evriyenni, “Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh).”

⁹⁴ Sri Mayasari and wan dian Safina, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Goreng Kalasan Cabang Iskandar Muda Medan,” *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 2021, 64.

masalah penelitian, telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka fikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang rumuskan. Berdasarkan kerangka berfikir dan teori sebelumnya, maka didapat hipotesis sebagai berikut:

2.4.1 Pengaruh Desain Antarmuka Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* BTN Syariah

Desain antarmuka merupakan tampilan visual yang memungkinkan pengguna berinteraksi dengan suatu produk atau sistem secara efektif dan efisien. Ketika nasabah merasa bahwa aplikasi BTNS *Mobile* memiliki desain antarmuka yang memenuhi kebutuhan mereka dan memberikan pengalaman pengguna yang positif, hal ini dapat meningkatkan minat mereka untuk menggunakan layanan mobile banking secara berkelanjutan.

Kaitan antara *Theory of Planned Behavior* (1999) yang dikemukakan oleh Ajzen dan pengaruh desain antarmuka terhadap minat penggunaan *mobile banking* dapat dipahami melalui nilai-nilai yang terkandung dalam teori tersebut. Desain aplikasi yang menarik, intuitif, dan mudah digunakan akan menciptakan sikap positif di kalangan nasabah terhadap aplikasi tersebut. Semakin baik desain antarmuka yang ditawarkan, semakin positif pula sikap nasabah terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh I Gede Wisnu Satria Chandra Putra dan Jusia Amanda Ginting menyatakan bahwa desain antarmuka berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan bank digital.⁹⁵ Desain antarmuka memiliki peran penting dalam membentuk persepsi awal dan pengalaman pengguna yang pada akhirnya dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan BTNS *Mobile* sebagai solusi perbankan digital mereka. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dirumuskan hipotesis pertama dalam penelitian ini, yaitu:

H1: Desain antarmuka berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* BTN Syariah

⁹⁵ I Gede Wisnu Satria Chandra Putra and Jusia Ginting Amanda, "Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Aplikasi Bank Digital Di Indonesia," *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi* 10, no. 2 (2022): 306–18, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>.

2.4.2 Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* BTN Syariah

Fitur layanan merujuk pada berbagai karakteristik, kemampuan, dan fungsi khusus yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dalam sebuah produk atau layanan. Setiap fitur ini memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna. Misalnya, dalam konteks *mobile banking*, fitur seperti transfer dana instan, pembayaran tagihan otomatis, dan notifikasi transaksi memberikan kemudahan dan kontrol yang lebih besar bagi nasabah.

Dengan mengacu pada nilai-nilai dalam *Technology Acceptance Model* (1986), khususnya pada aspek *perceived usefulness* (manfaat), dapat dilihat bagaimana hal ini berhubungan dengan fitur layanan. Fitur Layanan yang dirancang dengan baik dan relevan pada aplikasi *mobile banking* akan menumbuhkan *perceived usefulness* (kemanfaatan yang dirasakan) yang tinggi di benak pengguna. Persepsi manfaat inilah yang kemudian menjadi pendorong utama minat menggunakan aplikasi tersebut, karena pengguna meyakini bahwa aplikasi itu akan membantu keuangan mereka dengan lebih efektif.

Penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa fitur layanan memiliki pengaruh yang besar terhadap minat seseorang dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Penelitian dilakukan oleh Johandri Iqbal, Heriyani, dan Isroq Urrahmah menyatakan fitur layanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.⁹⁶ Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dirumuskan hipotesis kedua dalam penelitian ini, yaitu:

H2: Fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* BTN Syariah

2.4.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* BTN Syariah

Kemudahan penggunaan merujuk pada tingkat kepercayaan seseorang bahwa dalam menggunakan teknologi, mereka tidak perlu mengeluarkan usaha yang besar. Kemudahan penggunaan teknologi informasi dapat mengurangi waktu dan tenaga yang diperlukan untuk mempelajarinya. Orang yang menggunakan teknologi

⁹⁶ Johandri Iqbal, Heriyani Heriyani, and Isroq Urrahmah, "Pengaruh Kemudahan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking," *Global Financial Accounting Journal* 5, no. 2 (2021): 25, <https://doi.org/10.37253/gfa.v5i2.6001>.

informasi cenderung bekerja lebih efisien dibandingkan mereka yang melakukannya secara manual. Pengguna percaya bahwa sistem informasi yang fleksibel, mudah dipahami, dan sederhana dalam pengoperasiannya merupakan ciri utama dari kemudahan penggunaan.

Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan salah satu aspek utama yang terdapat dalam *Technology Acceptance Model* yang dikembangkan oleh Davis (1989). Dengan fokus pada kemudahan penggunaan, *BTNS Mobile* dapat meningkatkan minat dan kepercayaan nasabah terhadap layanan perbankan digital. Ketika sebuah aplikasi seperti *BTNS Mobile* dirancang dengan baik dan mudah digunakan, maka nasabah akan merasa lebih percaya diri dalam menggunakannya. Semakin mudah suatu aplikasi digunakan, semakin tinggi pula persepsi kontrol perilaku nasabah.

Jhon Fernos dan Mairizal Alfadino dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.⁹⁷ Berdasarkan penjelasan tersenut, maka dirumuskan hipotesis ketiga dalam penelitian ini, yaitu:

H3: Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* BTN Syariah

2.4.4 Pengaruh Desain Antarmuka, Fitur Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* BTN Syariah

Desain antarmuka (*user interface*) memainkan peran penting dalam mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Desain antarmuka yang baik dapat secara signifikan meningkatkan kepercayaan nasabah, yang sangat penting untuk adopsi layanan *mobile banking*. Fitur layanan yang komprehensif dan relevan dengan kebutuhan nasabah menjadi faktor kedua yang mempengaruhi minat penggunaan. *Mobile banking* BTN Syariah yang menyediakan beragam layanan seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, informasi saldo, dan layanan syariah lainnya akan meningkatkan nilai guna aplikasi bagi nasabah. Kemudahan penggunaan merupakan faktor determinan yang sangat penting dalam adopsi *mobile banking*. Ketika nasabah

⁹⁷ Fernos and Alfadino, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya." *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta* 16, no. 2: 115-125.

merasakan bahwa aplikasi *mobile banking* mudah digunakan, mereka cenderung lebih mungkin untuk mengadopsi dan terus menggunakan layanan tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh I Gede Wisnu Satria Chandra Putra dan Jusia Amanda Ginting menunjukkan desain antarmuka berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan bank digital.⁹⁸ Badaruddin dan Risma dalam penelitiannya menyatakan bahwa fitur layanan dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*.⁹⁹ Berdasarkan penjelasan tersenut, maka dirumuskan hipotesis keempat dalam penelitian ini, yaitu:

H4: Desain antarmuka, fitur layanan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* BTN Syariah

⁹⁸ I Gede Wisnu Satria Chandra Putra and Jusia Amanda Ginting, “Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Aplikasi Bank Digital Di Indonesia,” *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi* 10, no. 2 (2022): 306–18, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>.

⁹⁹ Badaruddin and Risma, “Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak).” 1, no. 1 (2021): 1-13.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif dapat dipahami sebagai suatu cara penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk menganalisis populasi atau sampel tertentu, data dikumpulkan melalui instrumen penelitian yang telah ditentukan, dan analisis data dilakukan secara kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.¹⁰⁰ Penelitian kuantitatif berusaha untuk memahami dan mengukur fenomena dengan cara yang terukur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan pengukuran yang telah distandarisasi atau menggunakan skala tertentu untuk mengumpulkan data. Dengan demikian, penelitian kuantitatif pada dasarnya adalah tentang pengumpulan data dalam bentuk angka untuk menjelaskan fenomena tertentu.

3.2 Sumber Penelitian

3.2.1 Sumber Primer

Sumber primer yaitu jenis data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, tanpa melalui perantara.¹⁰¹ Ini berarti bahwa data tersebut dikumpulkan oleh peneliti sendiri, baik melalui wawancara, observasi, atau metode lain yang memungkinkan interaksi langsung dengan objek atau responden yang diteliti. Sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah data primer, yang diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh responden. Kuesioner ini diberikan untuk nasabah BTN Syariah di BTN Syariah KCS Semarang. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengumpulkan informasi yang relevan dan akurat mengenai pengalaman dan kebutuhan nasabah.

3.2.2 Sumber Sekunder

Data sekunder adalah jenis data yang tidak diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Data ini dikumpulkan melalui literatur dan studi pustaka, seperti buku, artikel, atau laporan yang telah ada sebelumnya. Penggunaan data sekunder sangat berguna dalam penelitian karena dapat membantu mendukung dan memperkaya data primer yang dikumpulkan secara langsung. Dengan mengakses data yang sudah ada, peneliti dapat memperoleh konteks tambahan dan memperkuat analisis mereka.

¹⁰⁰ Sugiyono, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D, 2023.

¹⁰¹ *Ibid.*

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai suatu kelompok yang menjadi fokus penelitian, yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Peneliti kemudian akan mempelajari kelompok ini untuk menarik kesimpulan dari hasil yang diperoleh.¹⁰² Populasi dalam penelitian ini terdiri dari nasabah BTN Syariah di KCS Semarang yang menggunakan layanan *mobile banking*. Namun, jumlah pasti dari pengguna tersebut tidak diketahui, karena jumlah pengguna *mobile banking* BTN Syariah dapat berubah setiap harinya.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang terdiri dari beberapa kelompok populasi yang ada.¹⁰³ Karena belum adanya data pasti mengenai jumlah pengguna *mobile banking* BTN Syariah di KCS Semarang, maka penentuan jumlah sampel akan menggunakan rumus Lemeshow (1997):

$$n = \frac{Z^2 \times p (1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

N = Jumlah Sampel

Z = Nilai Z pada tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 5\%$) adalah 1,96

P = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Dengan menggunakan rumus tersebut, jumlah sampel yang diperlukan setidaknya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times p (1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,10^2}$$

$$n = 96,04$$

Atau 96 yang dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, untuk memastikan penelitian ini lebih sesuai, jumlah sampel yang diambil adalah 100 orang. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk mengambil sampel adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik yang digunakan untuk memilih sampel dengan menetapkan

¹⁰² *Ibid.*

¹⁰³ M Ansori, Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2 (Airlangga University Press, 2020), 22.

kriteria-kriteria tertentu yang telah dipertimbangkan.¹⁰⁴ Kriteria yang harus dipenuhi oleh responden dalam penelitian ini adalah nasabah aktif BTN Syariah Kantor Cabang Syariah Semarang dalam rentang usia 18-45 tahun.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner yang dibagikan berisi pertanyaan-pertanyaan terkait masalah yang berhubungan dengan objek penelitian kepada nasabah BTN Syariah Kantor Cabang Syariah Semarang. Kuesioner ini dirancang dengan format pertanyaan tertutup, sehingga responden dapat dengan mudah memberikan jawaban dengan menandai pilihan yang tersedia. Untuk mempermudah pengumpulan data dan menghemat waktu, kuesioner akan disebarakan secara *online* melalui platform Google Form yang telah disiapkan oleh peneliti.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 1
Indikator Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala	Sumber
1.	Minat Menggunakan	Keinginan kuat terhadap sesuatu, yang melibatkan perbaduan antara rasa senang, harapan, dan ketertarikan.	1. Kepuasan setelah menggunakan 2. Merekomendasikan penggunaan 3. Keinginan untuk selalu menggunakan 4. Berlanjut di masa depan	Likert	Davis (1989)
2.	Desain Antarmuka	Sejauh mana tampilan visual memungkinkan pengguna berinteraksi dengan suatu	1. Kejelasan (<i>Clarity</i>) 2. Responsif (<i>Responsiveness</i>) 3. Konsisten (<i>Consistency</i>)	Likert	Dmitry Fadeyev (2011)

¹⁰⁴ Sandu Sitoyo, M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian, Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).

		produk atau sistem secara efektif dan efisien.	4. Efisiensi (<i>Efficiency</i>) 5. Estetika (<i>Aesthetics</i>)		
3.	Fitur Layanan	Karakteristik, kemampuan, dan fungsi spesifik yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dalam suatu produk atau jasa.	1. Kemudahan akses informasi tentang produk atau jasa 2. Keberagaman layanan transaksi 3. Keberagaman fitur 4. Inovasi produk	Likert	Poon (2011)
4.	Kemudahan Penggunaan	Sejauh mana seseorang percaya bahwa suatu sistem atau teknologi dapat digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar	1. Jelas dan mudah dipahami 2. Mudah dipelajari 3. Mudah digunakan 4. Fleksibel	Likert	Venkatesh dan Davis (2000)

3.6 Skala Penelitian

Penelitian ini menggunakan skala likert Untuk mengukur persepsi dan tingkat persetujuan responden yang terdiri dari 5 (lima) tingkat penilaian. Setiap tingkat penilaian tersebut dijelaskan sebagai indikator variabel. Indikator ini kemudian digunakan untuk menyusun item-item dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan. Responden diminta untuk memilih salah satu tingkatan yang paling sesuai dengan penilaian terhadap setiap

pernyataan yang diajukan. Pemilihan skala Likert 5 poin ini memungkinkan responden untuk memberikan penilaian yang lebih terperinci dan memudahkan dalam proses pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap variabel penelitian yang diteliti. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 5 (lima) tingkatan penilaian dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Skala Likert

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

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan, menampilkan, dan merangkum sekumpulan data. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai subjek penelitian berdasarkan data yang telah dikumpulkan.¹⁰⁵ Statistik deskriptif biasanya digunakan oleh peneliti untuk memberikan informasi tentang karakteristik variabel yang diteliti, sekaligus mendukung pemahaman terhadap variabel tersebut.¹⁰⁶

3.7.2 Analisis Statistik

3.7.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu instrumen dapat dianggap sah atau valid.¹⁰⁷ Sebuah kuesioner dapat dianggap valid jika pertanyaan atau pernyataan yang terdapat di dalamnya mampu mengungkapkan dengan tepat apa yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut. Hal ini disebabkan oleh perbedaan jawaban antara satu responden dengan responden lainnya. Sebuah instrumen

¹⁰⁵ RevoUpedia, “Analisis Deskriptif,” accessed January 3, 2025, <https://www.revou.co/kosakata/analisis-deskriptif>.

¹⁰⁶ Molly Wahyuni, *Statistik Deskriptif* (Yogyakarta: Bintang Surya Madani, 2020).

¹⁰⁷ Slamet Widodo et al., *Buku Ajar Metode Penelitian*, (Pangkalpinang: CV Science Techno Direct, 2023).

dikatakan valid jika nilai $r_{hitung} \geq \text{nilai } r_{tabel}$. Sebaliknya, jika nilai $r_{hitung} \leq \text{nilai } r_{tabel}$, maka pertanyaan dalam instrumen tersebut dianggap tidak valid.¹⁰⁸

3.7.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur, seperti kuesioner, dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan untuk pengujian selanjutnya. Sebuah hasil pengukuran dapat dianggap reliabel, ketika dilakukan beberapa kali pengukuran pada kelompok subjek yang sama, hasil yang diperoleh relatif sama. Untuk mengukur reliabilitas, salah satu alat yang digunakan adalah Cronbach's Alpha. Sebuah variabel dianggap reliabel jika nilai $\alpha > 0,60$, yang menunjukkan bahwa hasil pengukuran reliabel. Sebaliknya, jika nilai $\alpha < 0,60$, maka variabel tersebut dianggap tidak reliabel.¹⁰⁹

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi yang dibangun memenuhi beberapa syarat statistik yang diperlukan agar hasil analisis dapat diandalkan. Berikut adalah beberapa jenis uji asumsi klasik yang sering digunakan:

3.7.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah proses pengujian yang digunakan untuk menentukan apakah data dari variabel independen dan variabel dependen dalam persamaan regresi menghasilkan distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan berbagai metode, salah satunya adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka data dianggap berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai probabilitas $< 0,05$, data tersebut dinyatakan tidak berdistribusi normal.¹¹⁰

Pengambilan uji normalitas dilakukan dengan cara sebagai berikut:¹¹¹

1. Jika data terlihat menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, atau jika grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.

¹⁰⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 25*, Edisi 9 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018).

¹⁰⁹ *Ibid.*

¹¹⁰ Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 93.

¹¹¹ Dewi Syarah Indri Hapsari, "Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Kecamatan Kendal Kabupaten Kendal)," *Skripsi*, 2023, 32.

2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis tersebut, atau jika grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.7.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian yang dilakukan untuk memastikan apakah terdapat interkorelasi atau kolinearitas antara variabel-variabel independen dalam sebuah model regresi. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan menggunakan Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai toleransi. Cara untuk menentukan adanya multikolinearitas dalam suatu model regresi adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai toleransi $< 0,10$ atau $VIF > 10$, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai toleransi $> 0,10$ atau $VIF < 10$, maka tidak ada multikolinearitas yang signifikan dalam model tersebut.

3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah terdapat perbedaan dalam varians atau residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya.¹¹² Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap sama, kondisi ini disebut homoskedastisitas, jika varians tersebut berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang memenuhi asumsi homoskedastisitas, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Metode yang umum digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas meliputi uji Breusch-Pagan, uji Glejser, dan analisis grafik. Dalam analisis grafik, jika terlihat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola bergelombang yang melebar dan menyempit, ini menunjukkan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas. Namun, jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik tersebut tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas yang terjadi. Untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat, selain melakukan analisis grafik, penting juga untuk melakukan analisis menggunakan uji statistik, seperti uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara menghubungkan variabel-variabel independen dengan nilai absolut dari residual. Tujuannya adalah untuk memeriksa apakah terdapat gejala heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi

¹¹² Binus University, "Memahami Uji Heteroskedastisitas Dalam Model Regresi," accessed January 6, 2024, <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-heteroskedastisitas-dalam-model-regresi/>.

(Sig.) > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi yang dianalisis.¹¹³

3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menganalisis apakah variabel-variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen dalam penelitian ini. Berikut adalah rumus yang digunakan dalam analisis regresi linier berganda:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Menggunakan

X₁ = Desain Antarmuka

X₂ = Kualitas Layanan

X₃ = Kemudahan Penggunaan

β₀ = Bilangan Konstanta

β₁β₂β₃ = Koefisien Regresi

e = Standar Error

3.7.5 Uji Hipotesis

3.7.5.1 Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji T atau yang dikenal sebagai uji signifikansi parametrik individual, adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu penelitian. Dengan menggunakan uji ini, peneliti dapat menentukan apakah pengaruh yang ditimbulkan oleh setiap variabel independen adalah signifikan atau tidak.

Uji T dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikansi (Sig.) dengan tingkat kepercayaan (α) yang ditetapkan sebesar 0,05 (α = 5%). Selain itu, perbandingan juga dilakukan antara nilai t_{hitung} dan t_{tabel}.¹¹⁴ Berikut adalah kriteria untuk mengambil keputusan dalam uji T:

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) t > 0,05 atau nilai t_{hitung} < t_{tabel}, maka H₀ diterima dan H_a ditolak. Ini berarti bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

¹¹³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 25*.

¹¹⁴ Rama Alfikri Pratama, "Pengaruh Kepuasan Pengguna, Kesiapan Teknologi Informasi, Dan Pengalaman Terhadap Minat Penggunaan E-Filing," *Skripsi*, 2020.

2. Jika nilai signifikansi (Sig.) $t < 0,05$ atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.7.5.2 Uji Signifikansi Simultan (F)

Uji F atau uji signifikansi simultan, digunakan untuk menentukan apakah variabel dependen secara bersamaan dipengaruhi oleh beberapa variabel independen. Uji F dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikansi (Sig.) dengan tingkat kepercayaan yang ingin dicapai ($\alpha=0,05$). Selain itu, perbandingan juga dilakukan antara nilai F_{hitung} dan F_{tabel} .

Kriteria untuk uji F didasarkan pada nilai signifikansi (Sig.):

1. Hipotesis diterima, jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$.
2. Hipotesis ditolak, jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$.

Kriteria membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} :

1. Hipotesis diterima, jika nilai $F_{hitung} > \text{nilai } F_{tabel}$.
2. Hipotesis ditolak, jika nilai $F_{hitung} < \text{nilai } F_{tabel}$.¹¹⁵

3.7.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi dari keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen. Uji R^2 menunjukkan seberapa efektif variabel-variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen yang sedang diteliti. Selain itu, R^2 juga memperhitungkan pengaruh dari variabel lain yang tidak termasuk dalam model analisis. Nilai koefisien determinasi (R^2) berada antara 0 hingga 1. Sebuah model regresi dianggap baik jika nilai R^2 mendekati 1, yang menunjukkan bahwa hampir semua variabel independen dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen.¹¹⁶ Semakin tinggi nilai R^2 semakin efektif model tersebut dalam memprediksi hasil yang diinginkan.

¹¹⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 25*.

¹¹⁶ Mudrajat Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2001).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Bank BTN Syariah

Perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan pesat setelah perubahan UU Perbankan dari No. 7/1992 menjadi UU No. 10/1998, diperkuat dengan PBI No. 4/1/PBI/2002 yang memungkinkan bank konvensional membuka Unit Usaha Syariah (UUS). Merespons persaingan yang semakin ketat, PT Bank Tabungan Negara (Persero) memutuskan membuka UUS melalui rapat komite pada Desember 2013. BTN melanjutkan langkah ini dengan RUPS pada Januari 2004 dan perubahan Anggaran Dasar pada Oktober 2004, diikuti pembentukan divisi syariah yang kemudian dikenal sebagai "BTN Syariah" dengan motto "Maju dan Sejahtera Bersama". Operasional BTN Syariah diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah yang ditunjuk resmi oleh DSN/MUI pada Maret 2005. Bank BTN resmi membuka Kantor Cabang Syariah (KCS) pertama pada 14 Februari 2005, setelah mendapatkan persetujuan dari Bank Indonesia. Dalam waktu singkat, KCS lainnya dibuka di berbagai kota, termasuk Bandung, Surabaya, dan Yogyakarta. Hingga tahun 2007, Bank BTN telah mengelola 12 KCS dan 40 Kantor Layanan Syariah di berbagai lokasi, beroperasi secara on-time dan real-time berkat dukungan teknologi informasi yang memadai. Keberhasilan ini mencerminkan komitmen Bank BTN dalam mengembangkan perbankan syariah di Indonesia.

4.1.2 Visi dan Misi Bank BTN Syariah

Visi dan Misi Bank BTN Syariah selaras dengan Visi Bank BTN sebagai Strategic Business Unit yang menekankan pada peningkatan pelayanan dan pangsa pasar, sehingga memungkinkan Bank BTN untuk tumbuh dan berkembang di masa depan. BTN Syariah juga berperan sebagai pelengkap bagi layanan perbankan yang tidak dapat dijangkau melalui cara konvensional.

Visi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk

"Menjadi *The Best Mortgage Bank in Southeast Asia* pada Tahun 2025"

Misi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk

1. Secara aktif mendukung pemerintah dalam memajukan kesejahteraan masyarakat Indonesia melalui kepemilikan rumah.
2. Mewujudkan kehidupan yang diimpikan jutaan rakyat Indonesia melalui penyediaan rumah yang layak.
3. Menjadi salah satu tempat bagi talenta terbaik Indonesia.

4. Meningkatkan nilai pemegang saham dengan fokus pada pertumbuhan profitabilitas berkelanjutan sebagai perusahaan *blue chip* dengan manajemen risiko yang kuat.
5. Menjadi mitra keuangan bagi para pemangku kepentingan dalam ekosistem perumahan dengan menyediakan solusi menyeluruh dan layanan terbaik melalui inovasi digital.

4.2 Pilot Test

Pilot test pada umumnya digunakan sebagai tahap pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian yang dilakukan sebelum kuesioner disebarkan kepada responden sesungguhnya. Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden, kuesioner terlebih dahulu diuji coba pada 30 pengguna *mobile banking* secara acak. Berikut adalah data mengenai karakteristik responden yang terlibat dalam pilot test ini:

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Pilot Test

Jenis Kategori	Keterangan	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin	1. Laki-laki	4	13%
	2. Perempuan	26	87%
Total		30	100%
Usia	1. 17-20 Tahun	1	3%
	2. 21-25 Tahun	26	87%
	3. Diatas 25 Tahun	3	10%
Total		30	100%

Sumber: data yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.1, menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 4 dengan presentase 13% dan perempuan sebanyak 26 dengan presentase 87%. Sedangkan responden dengan rentan usia 17-20 tahun sebanyak 1 responden dengan presentase 3% dari jumlah seluruh responden, Rentang usia 21-25 tahun sebanyak 26 responden dengan presentase 87% dari jumlah seluruh responden dan rentan usia diatas 25 tahun sebanyak 3 responden dengan presentase 10% dari seluruh jumlah responden.

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui serta menguji ketepatan dan ketetapan suatu alat ukur untuk dipergunakan sebagai pengukur sesuatu yang seharusnya diukur.¹¹⁷ Instrumen penelitian dianggap valid jika pertanyaan atau pernyataan yang terdapat di dalamnya dapat mengungkap secara akurat variabel yang hendak diukur.

¹¹⁷ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2023.

Perbedaan respons antar responden menjadi indikator validitas instrumen tersebut. Instrumen penelitian dinyatakan valid Ketika nilai r hitung $> r$ tabel. Sebaliknya, apabila nilai r hitung $< r$ tabel, maka item dalam instrumen tersebut dianggap tidak valid.¹¹⁸ Di bawah ini dipaparkan secara terperinci hasil pengujian validitas data yang telah dilakukan:

Tabel 4. 2
Uji Validitas Pilot Test

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Desain Antarmuka (X1)	X1.1	0,869	0,361	Valid
	X1.2	0,847	0,361	Valid
	X1.3	0,816	0,361	Valid
	X1.4	0,886	0,361	Valid
	X1.5	0,912	0,361	Valid
Fitur Layanan (X2)	X2.1	0,850	0,361	Valid
	X2.2	0,757	0,361	Valid
	X2.3	0,798	0,361	Valid
	X2.4	0,825	0,361	Valid
Kemudahan Penggunaan (X3)	X3.1	0,774	0,361	Valid
	X3.2	0,934	0,361	Valid
	X3.3	0,857	0,361	Valid
	X3.4	0,859	0,361	Valid
Minat (Y)	Y.1	0,874	0,361	Valid
	Y.2	0,862	0,361	Valid
	Y.3	0,783	0,361	Valid
	Y.4	0,852	0,361	Valid

Sumber: data diolah dengan SPSS 25.5, 2025

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada tabel 4.2, analisis validitas menunjukkan bahwa seluruh instrumen pada variabel desain antarmuka (X1), fitur layanan (X2), kemudahan penggunaan (X3) dan minat (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua item instrumen dalam penelitian valid dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

¹¹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 25*, Edisi 9 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018).

4.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Instrumen penelitian dianggap reliabel atau dapat diandalkan apabila respons seseorang terhadap item-item pernyataan menunjukkan kestabilan atau konsistensi sepanjang waktu. Pengujian reliabilitas diterapkan untuk menilai kestabilan hasil pengukuran dari angket ketika digunakan secara berulang-ulang.¹¹⁹ Dalam mengukur tingkat reliabilitas suatu instrumen penelitian, Cronbach's Alpha menjadi salah satu metode pengujian yang umum digunakan. Variabel dalam penelitian dapat dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien Cronbach's Alpha (α) > 0,60, yang mengindikasikan bahwa instrumen pengukuran reliabel. Di bawah ini dipaparkan secara terperinci hasil pengujian reliabilitas data yang telah dilakukan:

Tabel 4. 3
Uji Reliabilitas Pilot Test

No.	Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Desain Antarmuka	0,894	Reliabel
2.	Fitur Layanan	0,772	Reliabel
3.	Kemudahan Penggunaan	0,838	Reliabel
4.	Minat	0,824	Reliabel

Sumber: data diolah dengan SPSS 25.0, 2025

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS pada tabel 4.3, diperoleh bahwa seluruh variabel penelitian meliputi desain antarmuka (X1), fitur layanan (X2), kemudahan penggunaan (X3) dan minat (Y) menunjukkan tingkat reliabilitas yang memadai. Data pada tabel menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,60. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas pada tahap pilot test menghasilkan konsistensi yang baik untuk semua variabel yang diuji.

4.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif responden merupakan tahapan penting dalam penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik responden. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan secara daring menggunakan platform Google Form. Responden yang menjadi fokus penelitian adalah nasabah BTN Syariah KCS Semarang dengan total partisipan 100 responden. Proses pengumpulan data dimulai pada tanggal 3 April 2025 hingga 10 April 2025. Setelah data terkumpul, dilakukan

¹¹⁹ *Ibid.*

pengolahan menggunakan aplikasi SPSS versi 25 untuk mendapatkan hasil analisis yang komprehensif.

4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 4
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin		
Keterangan	Jumlah	Presentase
Laki-laki	30	30%
Perempuan	70	70%
Jumlah	100	100%

Sumber: data yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.1, menyatakan bahwa dari total 100 responden, terdapat 30 orang laki-laki dengan presentase 30% dan 70 orang perempuan dengan presentase 70%. Dari data ini, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 70 orang adalah perempuan.

4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 5
Usia Responden

Usia Responden		
Keterangan	Jumlah	Presentase
18-25 Tahun	52	52%
26-35 Tahun	40	40%
36-45 Tahun	8	8%
Jumlah	100	100%

Sumber: data yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.2, menyatakan bahwa responden dengan rentan usia 18-25 tahun sebanyak 52 responden dengan presentase 52% dari jumlah seluruh responden, Rentang usia 26-35 tahun sebanyak 40 responden dengan presentase 40% dari jumlah seluruh responden dan rentan usia 36-45 tahun sebanyak 8 responden dengan presentase 8% dari seluruh jumlah responden. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 18-25 tahun.

4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4. 6
Pendidikan Responden

Pendidikan		
Keterangan	Jumlah	Presentase
SMA/SLTA	41	41%
S-1/Strata 1	55	55%
S-2/Strata 2	4	4%
Jumlah	100	100%

Sumber: data yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.3, menyatakan bahwa dari total 100 responden, responden dengan tingkat pendidikan SMA/SLTA sejumlah 41 dengan presentase 41% dari total seluruh responden. Responden dengan tingkat pendidikan S-1/Strata 1 sejumlah 55 dengan presentase 55% dari total seluruh responden dan responden dengan tingkat pendidikan S-2/Stara 2 sejumlah 4 dengan presentase 4% dari total seluruh responden. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas reposden tingkat pendidikan terakhirnya yaitu S-1/Strata 1.

4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. 7
Pekerjaan Responden

Pekerjaan		
Keterangan	Jumlah	Presentase
Karyawan/i	27	27%
Pegawai Negeri	17	17%
Pelajar/Mahasiswa	35	35%
Wiraswasta	17	4%
Lainnya	4	4%
Jumlah	100	100%

Sumber: data yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.4, menyatakan bahwa dari 100 responden, jumlah responden karyawan/I sebanyak 27 dengan presentase 27% dari seluruh jumlah responden. Jumlah responden pegawai negeri sebanyak 17 dengan presentase 17 % dari seluruh jumlah responden. Jumlah responden pelajar/mahasiswa sebanyak 35 dengan presentase 35% dari seluruh jumlah responden. Jumlah responden berwiraswasta sebanyak 17 dengan

presentase 17% dari seluruh jumlah responden dan jumlah reponden pekerjaan lainnya sebanyak 4 dengan presentase 4% dari seluruh jumlah responden. Data responden berdasarkan jenis pekerjaan, dapat disimpulkan bahwa jenis pekerjaan responden mayoritas yaitu pelajar/ mahasiswa.

4.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Tabel 4. 8

Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah		
Keterangan	Jumlah	Presentase
<1 Tahun	19	19%
1-2 Tahun	40	40%
2-3 Tahun	21	21%
>3 Tahun	20	20%
Jumlah	100	100%

Sumber: data yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.5, menyatakan bahwa dari 100 responden, jumlah responden lama menjadi nasabah <1 Tahun sebanyak 19 atau 19% dari total seluruh respoden, 1-2 Tahun sebanyak 40 atau 40% dari total seluruh respoden, 2-3 Tahun 21 atau 21% dari total seluruh respoden, dan >3 Tahun sebanyak 20 atau 20% dari total seluruh respoden.

4.4 Analisis Statistik

4.4.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas data berfungsi untuk mengukur sejauh mana pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner dari setiap variabel penelitian dinyatakan valid atau tidak. Sebuah pernyataan dapat dinyatakan valid ketika nilai r hitung yang diperoleh melebihi nilai r tabel dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Proses pengukuran validitas dilakukan dengan menggunakan df (*degree of freedom*) yang dihitung menggunakan rumus $df = n-2$. Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, perhitungan menghasilkan nilai df sebesar 98 ($100-2=98$), dan dengan alpha 5% diperoleh nilai r tabel sebesar 0,196. Di bawah ini dipaparkan secara terperinci hasil pengujian validitas data yang telah dilakukan:

Tabel 4. 9**Hasil Uji Validitas Desain Antarmuka (X1)**

Item Kuesioner	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	0,685	0,196	Valid
X1.2	0,721	0,196	Valid
X1.3	0,668	0,196	Valid
X1.4	0,444	0,196	Valid
X1.5	0,561	0,196	Valid

Sumber: data diolah dengan SPSS 25.0, 2025

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada tabel 4.6, analisis validitas menunjukkan bahwa seluruh instrumen pada variabel X1 memiliki nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua item instrumen dalam penelitian valid dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

Tabel 4. 10**Hasil Uji Validitas Fitur Layanan (X2)**

Item Kuesioner	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X2.1	0,647	0,196	Valid
X2.2	0,673	0,196	Valid
X2.3	0,566	0,196	Valid
X2.4	0,683	0,196	Valid

Sumber: data diolah dengan SPSS 25.0, 2025

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada tabel 4.7, analisis validitas menunjukkan bahwa seluruh instrumen pada variabel X2 memiliki nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua item instrumen dalam penelitian valid dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

Tabel 4. 11**Hasil Uji Validitas Kemudahan Penggunaan (X3)**

Item Kuesioner	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X3.1	0,737	0,196	Valid
X3.2	0,671	0,196	Valid
X3.3	0,606	0,196	Valid
X3.4	0,650	0,196	Valid

Sumber: data diolah dengan SPSS 25.0, 2025

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada tabel 4.8, analisis validitas menunjukkan bahwa seluruh instrumen pada variabel X3 memiliki nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua item instrumen dalam penelitian valid dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

Tabel 4. 12

Hasil Uji Validitas Minat (Y)

Item Kuesioner	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y1	0,638	0,196	Valid
Y2	0,554	0,196	Valid
Y3	0,601	0,196	Valid
Y4	0,688	0,196	Valid

Sumber: data diolah dengan SPSS 25.0, 2025

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada tabel 4.9, analisis validitas menunjukkan bahwa seluruh instrumen pada variabel Y memiliki nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua item instrumen dalam penelitian valid dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan tahapan penting dalam proses validasi instrumen penelitian yang bertujuan untuk mengukur konsistensi dan keandalan alat ukur yang digunakan. Dalam konteks penelitian, reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran berulang terhadap kelompok yang sama. Proses ini membantu peneliti memastikan bahwa instrumen penelitian dapat menghasilkan data yang relatif sama meskipun digunakan pada waktu yang berbeda dan dalam kondisi yang beragam. Dalam mengukur tingkat reliabilitas suatu instrumen penelitian, Cronbach's Alpha menjadi salah satu metode pengujian yang umum digunakan. Variabel dalam penelitian dapat dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien Cronbach's Alpha (α) $> 0,60$, yang mengindikasikan bahwa instrumen pengukuran reliabel.

Berikut disajikan hasil pengujian reliabilitas untuk setiap variabel penelitian yang telah dilakukan menggunakan program IBM SPSS Statistic versi 25, sebagaimana tercantum pada tabel 4.10 di bawah ini:

Tabel 4. 13
Hasil Uji Reliabilitas

Instrumen	Nilai Cronbach's Alpha	N of Item	Standar Reliabilitas	Keterangan
X1	0,914	5	0,60	Reliabel
X2	0,820	4	0,60	Reliabel
X3	0,876	4	0,60	Reliabel
Y	0,863	4	0,60	Reliabel

Sumber: data diolah dengan SPSS 25.0, 2025

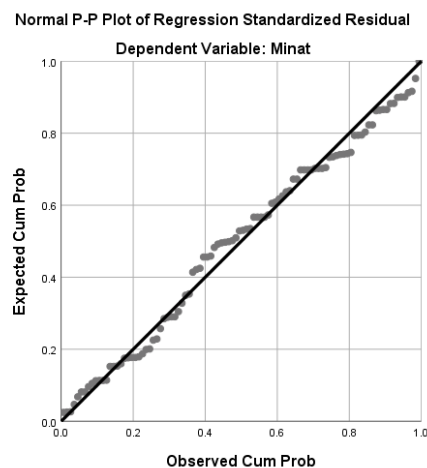
Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel 4.10, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach alpha untuk seluruh variabel X1, X2, X3, X4, dan Y melebihi nilai 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dari variabel-variabel tersebut adalah reliabel.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan penting dalam analisis regresi, yaitu untuk menentukan apakah variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mengikuti distribusi normal. Salah satu cara untuk melakukannya adalah dengan menggunakan normal *probability plot*. Dalam analisis ini, normalitas dapat dinilai dengan memperhatikan penyebaran data atau posisi titik-titik pada sumbu diagonal grafik. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah jika data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji normalitas yang dilakukan menggunakan program SPSS menghasilkan grafik berikut:

Gambar 4. 1
Hasil Uji P-Plot



Sumber: data diolah dengan SPSS 25.0, 2025

Berdasarkan gambar yang ditampilkan, dapat disimpulkan bahwa data tersebar di sekitar garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data mengikuti pola distribusi normal, sehingga model regresi ini memenuhi asumsi normalitas. Untuk melakukan pengujian normalitas data secara lebih mendalam, digunakan teknik Kolmogorov-Smirnov.

Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal dilakukan dengan cara melihat nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data tersebut dapat dianggap terdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak terdistribusi normal. Dalam pengolahan data ini, analisis dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 25. Berikut adalah hasil pengujian menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov yang dapat dilihat pada Tabel 4.11 di bawah ini

Tabel 4. 14
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.06682583
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.060
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: data diolah dengan SPSS 25.0, 2025

Dari hasil uji normalitas yang ditampilkan dalam Tabel 4.11, terlihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,200. Dengan nilai sig. $0,200 > 0,05$, dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi normal.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian untuk mengevaluasi adanya hubungan atau korelasi antara variabel-variabel independen dalam model regresi. Dalam model regresi yang baik, seharusnya tidak ada korelasi yang signifikan antara variabel-variabel independen tersebut.¹²⁰ Sebaliknya, jika model regresi menghasilkan variabel independen yang saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak dapat dianggap ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang memiliki nilai korelasi antar sesama

¹²⁰ Imam Ghazali, *Desain Penelitian Eksperimental* (Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2008).

variabel independen sama dengan nol.¹²¹ Dengan kata lain, variabel-variabel ini tidak saling mempengaruhi satu sama lain, yang merupakan kondisi ideal dalam analisis regresi untuk memastikan bahwa setiap variabel memberikan kontribusi yang berbeda dalam menjelaskan variabel dependen.

Metode yang paling umum digunakan untuk menguji adanya gejala multikolinearitas adalah dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) atau nilai toleransi, karena cara ini dianggap paling sederhana. Jika nilai VIF < 10 atau nilai toleransi > 0,10, maka tidak ada indikasi gejala multikolinearitas. Namun, jika nilai VIF > 10 atau nilai toleransi < 0,10, maka terdapat gejala multikolinearitas di antara variabel independen dalam penelitian tersebut. Berikut adalah hasil uji multikolinearitas yang dapat dilihat pada tabel 4.12 di bawah ini:

Tabel 4. 15
Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Desain Antarmuka	.316	3.161
	Fitur Layanan	.433	2.307
	Kemudahan Penggunaan	.462	2.165

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: data diolah dengan SPSS 25.0, 2025

Hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.12, menunjukkan bahwa nilai toleransi untuk variabel X1 yaitu desain antarmuka adalah 0,316, sementara nilai VIF adalah 3,161. Untuk variabel X2 yang mengukur fitur layanan, nilai toleransi dan VIF masing-masing adalah 0,433 dan 2,307. Sedangkan untuk variabel X3 yaitu kemudahan penggunaan, nilai toleransi dan VIF masing-masing adalah 0,462 dan 2,165. Dari tabel tersebut, terlihat bahwa ketiga variabel independen memiliki nilai toleransi > 0,10 dan nilai VIF < 10,00. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam penelitian ini.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah kondisi di mana semua residual atau kesalahan dalam model regresi memiliki varian yang tidak konstan atau bervariasi. Dalam situasi ini, variasi

¹²¹ *Ibid.*

kesalahan tidak tetap yang dapat mempengaruhi keakuratan dan efisiensi model regresi yang digunakan. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat penyimpangan dari asumsi klasik mengenai heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual di seluruh pengamatan dalam model regresi.¹²² Model regresi yang baik adalah model yang memenuhi asumsi homokedastisitas, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji glejser. Uji ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual di seluruh pengamatan dalam model regresi. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolut dari residual terhadap variabel-variabel independen. Jika hasil uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak ada indikasi heteroskedastisitas dalam model tersebut. Untuk mengetahui apakah terdapat gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 4.13 di bawah ini:

Tabel 4. 16
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.455	.716		.045
	Desain Antarmuka	-.050	.053	-.169	.351
	Fitur Layanan	.023	.057	.064	.680
	Kemudahan Penggunaan	.001	.054	.004	.980

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: data diolah dengan SPSS 25.0, 2025

Berdasarkan hasil uji glejser yang ditampilkan pada Tabel 4.13, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi dari hasil uji heteroskedastisitas untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model yang digunakan. Dengan kata lain, asumsi mengenai kesamaan varian residual terpenuhi, sehingga analisis yang dilakukan dapat dianggap valid dan dapat diandalkan.

¹²² Aminatus Zahriyah et al., *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*, (Mandala Press, 2021).

4.6 Uji Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan metode statistik yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara beberapa variabel independen dan satu variabel dependen. Metode analisis ini memungkinkan peneliti untuk melihat sejauh mana dan bagaimana variabel-variabel bebas mempengaruhi variabel terikat yang sedang diteliti. Berbeda dengan regresi sederhana, analisis regresi linier berganda menggunakan minimal dua variabel independen. Dengan menggunakan regresi linier berganda, peneliti dapat memahami seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen terhadap perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Untuk melihat nilai dari persamaan regresi yang dihasilkan, dapat dilihat pada Tabel 4.14 di bawah ini.

Tabel 4. 17
Hasil Uji Analisis Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.228	1.125		1.979	.051
	Desain Antarmuka	.202	.084	.261	2.409	.018
	Fitur Layanan	.306	.089	.319	3.444	.001
	Kemudahan Penggunaan	.302	.084	.321	3.580	.001

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: data diolah dengan SPSS 25.0, 2025

Berdasarkan data yang tercantum di tabel 4.14, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi linear berganda yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y= Minat Menggunakan

X₁= Desain Antarmuka

X₂= Kualitas Layanan

X₃ = Kemudahan Penggunaan

β₀= Bilangan Konstanta

β₁β₂β₃= Koefisien Regresi

e= Standar Error

Maka hasil dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,228 + 0,202 X_1 + 0,306 X_2 + 0,302 X_3 + e$$

Berikut penjelasan dari persamaan regresi linear berganda di atas sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (α) adalah positif 2,228, yang berarti jika semua variabel independen yaitu desain antarmuka (X_1), fitur layanan (X_2), dan kemudahan penggunaan (X_3) sebesar 0, maka minat menggunakan (Y) senilai 2,228.
2. Nilai koefisien regresi variabel desain antarmuka (X_1) adalah positif 0,202. Artinya setiap peningkatan 1% pada desain antarmuka akan meningkatkan minat nasabah sebesar 0,202 dalam skala likert atau setara dengan peningkatan 20,2%, dengan asumsi variabel bebas lain dalam model regresi dianggap konstan.
3. Nilai koefisien regresi variabel fitur layanan (X_2) adalah positif 0,306. Artinya setiap peningkatan 1% pada fitur layanan akan meningkatkan minat nasabah sebesar 0,306 dalam skala likert atau setara dengan peningkatan 30,6%, dengan asumsi variabel bebas lain dalam model regresi dianggap konstan.
4. Nilai koefisien regresi variabel kemudahan penggunaan (X_3) adalah positif 0,302. Artinya setiap peningkatan 1% pada kemudahan penggunaan akan meningkatkan minat nasabah sebesar 0,302 dalam skala likert atau setara dengan peningkatan 30,2%, dengan asumsi variabel bebas lain dalam model regresi dianggap konstan.

4.7 Uji Hipotesis

4.7.1 Uji Regresi Parsial (Uji T)

Uji t merupakan metode statistik untuk menguji koefisien regresi parsial secara individual. Pengujian ini dilakukan untuk menentukan apakah variabel independent secara individual atau parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.¹²³ Dalam pengujian ini, nilai t_{hitung} dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% dan *degree of freedom* (df) = $n - k$. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang menunjukkan bahwa variabel independen secara individual memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis ditolak. Untuk menentukan nilai t_{tabel} , perlu dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus $t_{tabel} = (t_{\alpha/2}, (n-k-1)) = (t_{0,05/2}, (100-3-1)) = 0,025, 96$. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh nilai t tabel sebesar 1,985. Berikut adalah hasil uji T yang dapat dilihat pada tabel 4.16 di bawah ini:

¹²³ Sulisty Wardani and Rita Intan Permatasari, "Pengaruh Pengembangan Karier Dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Negeri Sipil (Pns) Staf Umum Bagian Pergudangan Penerbangan Angkatan Darat (Penerbad) Di Tangerang," *Jurnal Ilmiah M-Progress* 12, no. 1 (2022): 23, <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.862>.

Tabel 4. 18**Hasil Uji T****Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.228	1.125		1.979	.051
	Desain Antarmuka	.202	.084	.261	2.409	.018
	Fitur Layanan	.306	.089	.319	3.444	.001
	Kemudahan Penggunaan	.302	.084	.321	3.580	.001

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: data diolah dengan SPSS 25.0, 2025

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independent (desain antarmuka, fitur layanan dan kemudahan penggunaan) secara individual (parsial) terhadap variabel dependen (minat), dengan hasil yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel desain antarmuka atau X1 memiliki nilai signifikansi $0,018 < 0,05$, dengan nilai $t_{hitung} 2,409 > 1,985$. Hal ini berarti H1 diterima dan H0 ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel desain antarmuka berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* BTN Syariah.
2. Variabel fitur layanan atau X2 memiliki nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, dengan nilai $t_{hitung} 3,444 > 1,985$. Hal ini berarti H1 diterima dan H0 ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel fitur layanan berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* BTN Syariah.
3. Variabel kemudahan penggunaan atau X3 memiliki nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, dengan nilai $t_{hitung} 3,580 > 1,985$. Hal ini berarti H1 diterima dan H0 ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* BTN Syariah.

4.7.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F atau uji signifikansi simultan, digunakan untuk menentukan apakah variabel dependen secara bersamaan dipengaruhi oleh beberapa variabel independen. Uji F dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikansi (Sig.) dengan tingkat kepercayaan yang ingin dicapai ($\alpha=0,05$). Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikansi probabilitas $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independent secara

bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

F_{tabel} dapat diperoleh dengan menghitung derajat bebas, yaitu $df_1 = k-1$ dan $df_2 = n-k$, di mana n merupakan jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel. Dengan demikian, nilai $df_1 = 4-1 = 3$ dan $df_2 = 100-4 = 96$, sehingga diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,70. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 19

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	202.966	3	67.655	57.644	.000 ^b
	Residual	112.674	96	1.174		
	Total	315.640	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Desain Antarmuka

Sumber: data diolah dengan SPSS 25.0, 2025

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.16 diketahui bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dengan perbandingan $57,644 > 2,70$ dan nilai probabilitas signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel desain antarmuka (X_1), fitur layanan (X_2), dan kemudahan penggunaan (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat nasabah menggunakan *mobile banking* BTN Syariah (Y).

4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. R-squared dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi (R) antara variabel dependen dan nilai variabel dependen yang diprediksi oleh model regresi. Nilai R-squared berkisar antara 0 dan 1. Semakin tinggi nilai R-squared, semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Ketika nilai R-squared mendekati 1, hal tersebut mengindikasikan bahwa variabel independen dalam model tersebut memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.¹²⁴ Uji koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

¹²⁴ Titin Maidarti et al., "Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Saraka Mandiri Semesta Bogor," *Derivatif: Jurnal Manajemen* 16, no. 1 (2022): 127–145.

Tabel 4. 20
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802 ^a	.643	.632	1.08337

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Desain Antarmuka

Sumber: data diolah dengan SPSS 25.0, 2025

Berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2) di atas dapat diketahui bahwa nilai R yaitu sebesar 0,802 yang berarti bahwa derajat hubungan antara variabel X dengan variabel Y adalah sebesar 80,2%. Nilai R Square sebesar 0,643 termasuk dalam kategori sedang (*moderate*) karena nilainya mendekati 0,50, yang menunjukkan bahwa variabel endogen dapat dijelaskan dengan cukup baik oleh model. Untuk nilai R Square sebesar 0,643 menunjukkan bahwa variasi nilai yang dapat dijelaskan oleh variabel desain antarmuka, fitur layanan dan kemudahan penggunaan adalah sebesar 64,3%, sedangkan sisanya 35,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

4.8 Pembahasan Hasil Analisis Data

4.7.1 Pengaruh Desain Antarmuka Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BTN Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain antarmuka (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* (Y) di BTN Syariah KCS Semarang. Hal ini dibuktikan melalui pengujian statistik pada uji t dengan nilai signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$, serta nilai $t_{hitung} 2,409 > t_{tabel} 1,985$, artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik desain antarmuka aplikasi *mobile banking* BTN Syariah, semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakannya.

Desain tampilan antarmuka aplikasi merupakan komponen penting dalam sistem aplikasi karena berfungsi sebagai media komunikasi antara program dan pengguna.¹²⁵ Pada BTNS *Mobile*, susunan menu yang jelas, singkat, dan mudah dipahami terbukti meningkatkan pemahaman pengguna, sehingga mampu menarik minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* BTN Syariah. Hal ini

¹²⁵ Hedi Yusuf, "Pengembangan User Interface Dan User Experience Aplikasi BNI Mobile Banking Menggunakan Metode User Centered Design (Studi Kasus Aplikasi Bni Mobile Banking)," *Indonesian Journal of Education And Computer Science* 1, no. 3 (2023): 119.

dapat dilihat berdasarkan hasil analisis data yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden, pada variabel desain antarmuka ditemukan bahwa pernyataan "Saya merasa susunan menu pada BTNS *Mobile* sangat jelas, singkat dan mudah dipahami" mendapatkan respons sangat positif, di mana sebanyak 90 responden menyatakan persetujuan terhadap pernyataan tersebut. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pengguna merasa antarmuka aplikasi BTNS *Mobile* telah dirancang dengan baik sehingga dapat memfasilitasi penyelesaian transaksi secara efisien. Dengan demikian, desain antarmuka menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan dalam pengembangan aplikasi *mobile banking*, mengingat perannya sebagai media perantara langsung antara pengguna dan sistem aplikasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mustika Raudhatul Jannah dan Suzanna Lamria Siregar yang menyatakan bahwa desain antarmuka berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.¹²⁶ Penelitian ini memperkuat argumentasi bahwa ketika suatu aplikasi perbankan memiliki desain antarmuka yang intuitif, mudah dipahami, dan menarik secara visual, nasabah cenderung lebih tertarik untuk mengadopsi dan menggunakan layanan *mobile banking* tersebut secara berkelanjutan.

4.7.2 Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BTN Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur layanan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* (Y) di BTN Syariah KCS Semarang. Hal ini dibuktikan melalui pengujian statistik pada uji t dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, serta nilai $t_{hitung} 3,444 > t_{tabel} 1,985$, artinya H1 diterima dan H0 ditolak. Secara lebih spesifik, hasil analisis statistik ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada kualitas dan kelengkapan fitur layanan akan diikuti dengan peningkatan signifikan pada minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

Hubungan yang positif antara fitur layanan dalam *mobile banking* dan minat nasabah untuk menggunakannya menunjukkan bahwa semakin lengkap dan berkualitas fitur yang ditawarkan, semakin besar pula ketertarikan nasabah untuk memanfaatkan layanan tersebut. Ketika nasabah merasa bahwa fitur-fitur yang

¹²⁶ Mustika Raudhatul Jannah and Siregar, "Pengaruh Kemudahan Sistem, Keamanan Sistem Dan Tampilan Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Kualitas Layanan Sebagai Variabel Intervening ." *KALBISOCIO Jurnal Bisnis Dan Komunikasi* 11, no. 1: 105-123.

disediakan memenuhi kebutuhan mereka, mereka cenderung melakukan transaksi lebih sering melalui *mobile banking*. Hal ini menunjukkan bahwa ketersediaan fitur yang memadai tidak hanya meningkatkan frekuensi transaksi, tetapi juga memperkuat minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* secara keseluruhan.

Hal ini tercermin dalam data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, di mana sebanyak 94 responden memberikan respons positif terhadap pernyataan "Saya merasa bahwa aplikasi BTNS *Mobile* menawarkan berbagai fitur layanan transaksi." Temuan ini mengindikasikan bahwa ketersediaan beragam fitur transaksi yang komprehensif merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk memanfaatkan layanan *mobile banking* secara berkelanjutan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cindy Astuti dan Mulia Saputra yang menunjukkan bahwa fitur layanan memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.¹²⁷ Penelitian Fitriani Latief, Dirwan dan Ahmad Firman menunjukkan bahwa fitur layanan memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.¹²⁸ Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik dan lengkap fitur yang disediakan, semakin besar kemungkinan nasabah untuk tertarik menggunakan layanan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa bank dan penyedia layanan keuangan perlu terus berinovasi dan meningkatkan fitur layanan mereka agar dapat memenuhi kebutuhan nasabah dan mendorong penggunaan yang lebih luas.

4.7.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BTN Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* (Y) di BTN Syariah KCS Semarang. Hal ini dibuktikan melalui pengujian statistik pada uji t dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, serta nilai $t_{hitung} 3,580 > t_{tabel} 1,985$, artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak. Jadi, semakin mudah nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*, semakin tinggi minat mereka untuk melakukan transaksi melalui platform tersebut.

¹²⁷ Cindy Astuti and Mulia Saputra, "Pengaruh Keuntungan Relatif, Fitur Layanan, Risiko, Dan Kepatuhan Syariah Terhadap Minat Transaksi Menggunakan Bsi Mobile Di Kota Banda Aceh." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)* 7, no. 3: 441-452.

¹²⁸ Latief et al., "Minat Menggunakan Mobile Banking Melalui Manfaat, Kemudahan, Fitur Layanan Dan Keamanan." *Journal of Economic, Public, and Accounting (JEPA)* 6, no.2: 127-138.

Kemudahan penggunaan dapat menjadi faktor pendorong bagi nasabah baru untuk mencoba layanan *mobile banking*. Dalam dunia yang semakin digital, banyak orang mencari cara yang lebih efisien untuk mengelola keuangan mereka. Ketika mereka menemukan bahwa aplikasi *mobile banking* menawarkan pengalaman yang mudah dan tidak membingungkan, mereka lebih mungkin untuk beralih dari metode tradisional ke digital. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan untuk terus memperbarui dan menyempurnakan aplikasi BTNS *Mobile* agar lebih mudah digunakan, memberikan akses layanan perbankan yang praktis, dan meningkatkan kenyamanan bertransaksi bagi nasabah.

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dimana sebanyak 92 responden menyetujui terhadap pernyataan kuesioner "Saya merasa penggunaan BTNS *Mobile* sangat mudah dipelajari." Respon ini mencerminkan pandangan yang baik dari nasabah mengenai kemudahan penggunaan aplikasi ini. Nasabah merasakan kemudahan karena aplikasi BTNS *Mobile* memiliki menu yang sederhana dan mudah dipahami, sehingga tidak menyulitkan saat dipelajari. Selain itu, aplikasi ini juga mudah dipahami dan digunakan, sehingga mendukung kenyamanan dalam penggunaannya. Ketika nasabah merasa bahwa aplikasi dapat dengan mudah disesuaikan dengan kebutuhan mereka, hal ini berkontribusi pada tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap layanan yang ditawarkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang diungkapkan Fitriyani Ruslan yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.¹²⁹ Penelitian Jhon Fernos dan Mairizal menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.¹³⁰ Penelitian-penelitian ini menegaskan bahwa ketika nasabah merasa bahwa aplikasi *mobile banking* mudah dipahami dan digunakan, mereka akan lebih cenderung untuk memanfaatkan layanan tersebut secara aktif.

¹²⁹ Fitriyani Ruslan, Farid Madjodjo, and Nikita Astria, "Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Kemudahan, Dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Brimo," *Gorontalo Accounting Journal* 6, no. 1 (2023): 25, <https://doi.org/10.32662/gaj.v6i1.2593>.

¹³⁰ Jhon Fernos and Mairizal Alfadino, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya." *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta* 16, no. 2: 115-125.

4.7.4 Desain Antarmuka, Fitur Layanan dan Kemudahan Penggunaan Secara Bersama-Sama Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BTN Syariah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel desain antarmuka, fitur layanan dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BTN Syariah. Dari hasil uji F, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, serta nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} sebesar $57,677 > 2,70$. Dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel desain antarmuka (X1), fitur layanan (X2) dan kemudahan penggunaan (X3) memiliki pengaruh yang positif secara bersamaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* BTN Syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan-temuan dari penelitian sebelumnya. Penelitian I Gede Wisnu Satria Chandra Putra dan Jusia Amanda Ginting menyatakan bahwa desain antarmuka berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital.¹³¹ Dea Fitria, Eja Armaz Hardi dan Agusriandi dalam penelitiannya menunjukkan bahwa secara simultan fitur layanan dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.¹³² Temuan ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel tersebut merupakan faktor penting memengaruhi minat nasabah dalam menerima dan menggunakan layanan digital bank, khususnya aplikasi *mobile banking*.

¹³¹ I Gede Wisnu Satria Chandra Putra and Jusia Amanda Ginting, "Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Aplikasi Bank Digital Di Indonesia," *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi* 10, no. 2 (2022): 306–18, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>.

¹³² Dea Fitria et al., "Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Bsi Mobile Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 3, no. 1: 414-426

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian data penelitian “Pengaruh Desain Antarmuka, Fitur Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* BTN Syariah (Studi Kasus BTN Syariah KCS Semarang)”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Variabel desain antarmuka memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* BTN Syariah. Hal ini terlihat dari hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$, serta nilai $t_{hitung} 2,409 > t_{tabel} 1,985$. Ini menunjukkan bahwa semakin baik desain antarmuka aplikasi semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* BTN Syariah. Dengan demikian, pengembangan dan penyempurnaan aspek desain antarmuka yang lebih jelas, singkat dan mudah dipahami berpotensi menjadi strategi efektif untuk meningkatkan tingkat adopsi dan penggunaan layanan perbankan digital oleh nasabah BTN Syariah.
- b. Variabel fitur layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* BTN Syariah. Hal ini terlihat dari hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, serta nilai $t_{hitung} 3,444 > t_{tabel} 1,985$. Ini berarti bahwa semakin baik fitur layanan yang ditawarkan, semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* BTN Syariah. Strategi pengembangan dan peningkatan fitur-fitur layanan dalam aplikasi *mobile banking* merupakan langkah efektif untuk mendorong pertumbuhan tingkat adopsi dan pemanfaatan layanan perbankan digital di kalangan nasabah BTN Syariah.
- c. Variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* BTN Syariah. Hal ini terlihat dari hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, serta nilai $t_{hitung} 3,580 > t_{tabel} 1,985$. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan, semakin besar pula minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* BTN Syariah. Dengan kata lain, peningkatan dalam kemudahan penggunaan aplikasi akan mendorong lebih banyak orang untuk memanfaatkan layanan *mobile banking* tersebut.
- d. Variabel desain antarmuka, fitur layanan dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* BTN

Syariah. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, dan nilai F_{hitung} sebesar $57,644 > 2,70$. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara simultan.

5.2 Saran

Dengan mempertimbangkan hasil penelitian yang telah diperoleh, penulis merasa penting untuk menyampaikan beberapa saran yang dapat dijadikan pedoman bagi penelitian mendatang. Saran-saran ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik di dunia perbankan syariah beberapa hal diantaranya:

a. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan desain antarmuka, fitur layanan, dan kemudahan penggunaan aplikasi BTNS *Mobile* terbukti efektif dalam menarik minat nasabah BTN Syariah untuk menggunakannya. Oleh karena itu, BTN Syariah diharapkan terus mempertahankan dan mengoptimalkan layanan ini agar semakin banyak nasabah yang tertarik menggunakan *mobile banking* tersebut. Penting bagi bank untuk menyediakan layanan pelanggan yang responsif dan mudah diakses, yang dapat meningkatkan pengalaman nasabah. Dengan menawarkan berbagai saluran komunikasi seperti chat online, telepon, dan media sosial, nasabah akan lebih mudah mendapatkan bantuan saat menghadapi kendala, sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap layanan yang disediakan.

b. Saran Teoritis

Hasil analisis menggunakan Koefisien Determinasi R^2 menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square (R^2) mencapai 64,3%, sisanya 35,7% menunjukkan bahwa masih ada potensi untuk menambahkan variabel lain yang relevan dalam penelitian ini. Penambahan variabel tersebut diharapkan dapat membantu memahami dengan lebih jelas faktor-faktor apa saja yang paling berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan mengadopsi teori-teori terbaru yang ada, sehingga dapat memperbaiki kekurangan yang mungkin ada dalam penelitian ini dan menghasilkan studi yang lebih baik. Dengan demikian, dapat memperluas cakupan penelitian untuk mencakup area yang lebih luas, memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang penggunaan *mobile banking* di kalangan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, Nurya Dina, and Sudarwanto Tri. (2020). "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 8, no. 3: 1008.
- Afdalia, Nadhira. "Theory of Planned Behavior Dan Readiness for Change." *Jurnal Akutansi Dan Auditing Indonesia*, 113.
- Ajzen, Icek. (2005). *Attitudes, Personality, And Behavior*. 2nd ed. London: Open University Press.
- Alam, Asri Sekar. (2022). "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Resiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Bank Muamalat Kcp Lamongan." *Skripsi*, 3.
- Amanda, Nita, and Hidayat Hidayat. (2023). "Pengaruh Faktor Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Generasi Millenial Menggunakan Mobile Banking." *Jurnal Al-Fatih Global Mulia* 5, no. 1: 36. <https://doi.org/10.59729/alfatih.v5i1.59>.
- Andry, Johaness Fernandes, Herlina, and Filbert Marcellus Susanto. (2023). "Analisis Deskriptif Perilaku Konsumen Shopee: Technology Acceptance Model (TAM)." *Journal of Technology and Informatics (JoTI)* 4, no. 2: 64. <https://doi.org/10.37802/joti.v4i2.318>.
- Ansori, M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Airlangga University Press.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). "APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang,".
- Astuti, Cindy, and Mulia Saputra. (2022). "Pengaruh Keuntungan Relatif, Fitur Layanan, Risiko, Dan Kepatuhan Syariah Terhadap Minat Transaksi Menggunakan Bsi Mobile Di Kota Banda Aceh." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)* 7, no. 3: 441–52. <https://doi.org/10.24815/jimeka.v7i3.21923>.
- Atieq, Muhammad Qoes, and Eva Nurpiani. (2022). "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah." *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 2, no. 1: 401–23. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.109>.
- Badaruddin, and Risma. (2021). "Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak)." *Margin* 1, no. 1: 1–13.
- Binus University. (2024). "Memahami Uji Heteroskedastisitas Dalam Model Regresi." Accessed January 6. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-heteroskedastisitas-dalam-model-regresi/>.
- BTN Syariah. (2021). Accessed November 21. <https://www.btn.co.id/id-ID/About/About-Us>.
- Caroline, Christine Clara, and Dwi Hastuti Hastuti. (2021). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori Tam." *Keunis (Keuangan Dan Bisnis)* 9, no. 2: 162. <https://doi.org/10.32497/keunis.v9i2.2819>.
- Choirotul Mahmudah, Sukaris. (2024). "Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi E-Wallet XYZ Di Gresik." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 5, no. 2: 7554–55. <https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/5469/3051>.
- Davis, Fred D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly* 13, no. 3 (May 21, 1989): 319–40. <https://doi.org/10.2307/249008>.

- Dr. Mahyani. "Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)." *Jurnal EL-RIYASAH*, 16.
- Evelyna, Feby. (2024). "Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Pembelian Tiket Secara Online Pada Generasi Milenial." *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi* 8, no. 1: 4. <https://doi.org/10.54131/jbma.v8i1.113>.
- Fakhrudin, Arif. (2022). "Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Dan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Kuliah Penerbangan Di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Manajemen Dirgantara* 15, no. 1: 113–14. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v15i1.577>.
- Fernos, Jhon, and Mairizal Alfadino. (2021). "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya." *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta* 16, no. 2: 115–25. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i2.19032>.
- Fianto, Bayu Arie. (2021). "Mobile Banking Services Quality and Its Impact on Customer Satisfaction of Indonesian Islamic Banks." *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 7, no. 1: 62. <https://www.academia.edu/download/59306124/11852-26893-4-PB20190518-6204-1sywosr.pdf>
- Fitria, Dea, Eja Armaz Hardi, and Agusriandi. (2025). "Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Bsi Mobile Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 3, no. 1: 414–26.
- Gama, Agus Wahyudi Salasa, et al. (2024). *Kumpulan Teori Bisnis: Perspektif Keuangan, Bisnis, Dan Sinergik*. Bali: Nilacakra.
- Ghifary, Faizal. (2022). "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Antarmuka Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking." *Skripsi*, 1–17. <http://eprints.ums.ac.id/103598/>.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2008). *Desain Penelitian Eksperimental*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Imam. (2016). *Pengantar Statistika Inferensial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hadi, Ahmad Abdul, et al. (2023). "Rendahnya Minat Baca Anak Sekolah Dasar." *Renjana Pendidikan Dasar* 3, no. 1: 24. <https://prospek.unram.ac.id/index.php/renjana/article/view/303>.
- Hanafi, Achma, and Ice Kamela. (2022). "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Gopay) Di Kota Padang." *JFEK* 21, no. 2: 2–4. <https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFEK/article/view/21336>.
- Hapsari, Dewi Syarah Indri. (2023). "Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Kecamatan Kendal Kabupaten Kendal)." *Skripsi*, 32.
- Herawati, Septi, Evan Saktiendi, and Alya Raihanah. (2022). "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi KAI Access Terhadap Kepuasan Konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero)." *Formosa Journal of Multidisciplinary Research* 1, no. 6: 1395. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i6.1436>.
- Hidayah, Nurul, et al. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketersediaan Fitur Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Penggunaan Bsi Mobile." *Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 2: 139–159.

- Iqbal, Johandri, Heriyani Heriyani, and Isroq Urrahmah. (2021). "Pengaruh Kemudahan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking." *Global Financial Accounting Journal* 5, no. 2: 25. <https://doi.org/10.37253/gfa.v5i2.6001>.
- Izzuddin, Muchammad Ghazi, and Inayah Ilahiyyah. (2022). "Pengaruh Desain User Interface (Ui), User Experience (Ux) Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan Kembali Dompot Digital Linkaja Syariah." *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship* 12, no. 1: 144. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.994>.
- Jannah, Afifah Miftakhul, Dian Nova Hastari. (2023). "Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Menggunakan M- Banking Bsi Terhadap Kepuasan Nasabah." *Jurnal Ekonomi Sakti* 12, no. 1: 102. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Jannah, Mustika Raudhatul, and Suzanna Lamria Siregar. (2024). "Pengaruh Kemudahan Sistem, Keamanan Sistem Dan Tampilan Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Kualitas Layanan Sebagai Variabel Intervening." *KALBISOCIO Jurnal Bisnis Dan Komunikasi* 11, no. 1: 105–23. <https://doi.org/10.53008/kalbisocio.v11i1.3302>.
- Jenifer, Abigael, Mery Citra Sondari. (2023) "Kombinasi Teori Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory of Planned Behavior (TPB) Dalam Penggunaan Fitur Tawar Harga Pada Aplikasi Transportasi Online InDrive", 4. <https://doi.org/10.31857/s013116462104007x>
- Kota, Teresia Perpetua, and Sri Yani Kusumastuti. (2022). "Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Tam)." *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 10, no. 3: 280. <https://doi.org/10.31846/jae.v10i3.515>.
- Kuncoro, Mudrajad. (2001). *Metode Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Kusumaningrum, Salsabilla Ambayun, et al. (2024) "Analisis Kebutuhan Nasabah Atas Fitur Aplikasi BTN Mobile Pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang." *BanKu: Jurnal Perbankan Dan Keuangan* 5, no. 1: 46–55. <https://doi.org/10.37058/banku.v5i1.8173>.
- Latief, Fitriani, Ahmad Firman. (2024) "Minat Menggunakan Mobile Banking Melalui Manfaat, Kemudahan, Fitur Layanan Dan Keamanan." *Journal of Economic, Public, and Accounting (JEPA)* 6, no. 2: 127–38.
- Lubis, Dahliani, Syamsul Effendi, and Arifa Pratami. (2023). "Pengaruh Minat Mahasiswa Universitas Islam Sumatera Utara Dalam Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada Bank Syari'ah." *MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* 3, no. 2: 153. <https://doi.org/10.30743/mutlaqah.v3i2.7212>.
- Maheis, Putri Hadroh Muallifah, and Ida Farida. (2023). "Jurnal Mirai Management Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Flip Di Jawa Tengah." *Jurnal Mirai Management* 8, no. 2: 408–21. <https://databoks.katadata.co.id/>.
- Maidarti, Titin, Muthia Azizah, Edi Wibowo, and Inti Nuswandari. (2022). "Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. SARAKA MANDIRI SEMESTA BOGOR." *Derivatif: Jurnal Manajemen* 16, no. 1: 127–45.
- Marthauli, Marthauli, Elly Mirati, and Rahmanita Vidyasari. (2021). "Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Bca Mobile Di Wilayah Jabodetabek." *Account* 8, no. 1: 1463–71. <https://doi.org/10.32722/acc.v8i1.3879>.

- Maslim, Anggelo Steven Windy, and Sri Andayani. (2023). "Penerapan Metode Theory of Planned Behavior Untuk Tingkat Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Belanja Online." *JuSiTik : Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi Komunikasi* 7, no. 1: 8. <https://doi.org/10.32524/jusitik.v7i1.1038>.
- Maulana, Rian, Iskandar Iskandar, and Masrura Mailany. (2019). "Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model." *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi* 2, no. 2: 147. <https://doi.org/10.22373/cj.v2i2.4161>.
- Mayasari, Sri, and wan dian Safina. (2021). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Goreng Kalasan Cabang Iskandar Muda Medan." *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 64.
- Mukhra Uly Handayani, et al. (2024). *Mobile Banking Dalam Persepsi Privasi Nasabah*. Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, and Evriyenni Evriyenni. (2021). "Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)." *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*. 3, no. 1: 56. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v3i1.9632>.
- Nugraha, Agung. (2024). "Analisis Pemanfaatan Financial Teknologi (BTN Mobile) Pada Bank BTN Syariah (Bank BTN KC Syariah Medan)." *Islamic Economics and Finance* 2, no. 1: 200.
- Nugroho, Setiyo Adi, Daniel Rudjiono, and Febrian Rahmadhika. (2021). "Perancangan Identitas Perusahaan Dalam Bentukstationery Desain Di Rumah Kreasi Grafika." *Pixel :Jurnal Ilmiah Komputer Grafis* 14, no. 1: 50. <https://doi.org/10.51903/pixel.v14i1.456>.
- Pahlevi, Reza. (2025). "Survei KIC: Kalahkan ATM, Dompot Digital Jadi Produk Keuangan Yang Paling Banyak Digunakan." Accessed March 4. <https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/b45916820a9ea4c/survei-kic-kalahkan-atm-dompot-digital-jadi-produk-keuangan-yang-paling-banyak-digunakan>.
- Pangastuti, Tyas Utami, and Alex Fahrur Riza`. (2023). "Memprediksi Minat M-Banking Bank Syariah Dengan Pendekatan TAM Dan TPB: Studi Generasi Milenial Di Bantul." *Journal of Sharia Finance and Banking* 3, no. 1: 60–74. <https://doi.org/10.28918/velocity.v3i1.874>.
- Pratama, Rama Alfikri. (2020). "Pengaruh Kepuasan Pengguna, Kesiapan Teknologi Informasi, Dan Pengalaman Terhadap Minat Penggunaan E-Filing." *Skripsi*.
- Prihatini, Diah Nissa, and Luk Luk Atul Hidayati. (2019). "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi." *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing OfModern Technology*, 505–17.
- Purwanto, Nuri, et al. (2022). *Theory of Planned Behavior: Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth Pada Konsumen Marketplace. Sustainability (Switzerland)*. Vol. 11. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.
- Putra, I Gede Wisnu Satria Chandra, and Jusia Ginting Amanda. (2022). "Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Aplikasi Bank Digital Di Indonesia." *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi* 10, no. 2: 306–18. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>.

- Qur'an Kemenag. Accessed March 27, 2025. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/31?from=19&to=19>.
- . Accessed March 27, 2025. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/16?from=12&to=12>.
- . Accessed March 27, 2025. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/87?from=8&to=8>.
- . Accessed March 28, 2025. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/17?from=84&to=111>.
- Qotimah, Wuri Nur. (2023). “Pengaruh Desain User Interface (Ui), User Experience (Ux) Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan Kembali Dompot Digital Linkaja Syariah.” UIN Raden Mas Said.
- Ramadhan, Dwi Swasana. (2022). “Financial Technology and Sharia Compliance Regulations in Islamic Banking in Indonesia.” *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 4, no. 2: 218. <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2022.4.2.15647>.
- Raza, Syed Ali, et al. (2020). “Internet Banking Service Quality, e-Customer Satisfaction and Loyalty: The Modified e-SERVQUAL Model.” *TQM Journal* 32, no. 6: 1446. <https://doi.org/10.1108/TQM-02-2020-0019>.
- RevoUpedia. (2025). “Analisis Deskriptif.” Accessed January 3. <https://www.revou.co/kosakata/analisis-deskriptif>.
- Rianita, Gustin, and Muhammad Iqbal Fasa. (2024). “Analisis Manfaat Penggunaan Mobile Banking Sebagai Alat Pembayaran Digital Analysis Of The Benefits Of Using Mobile Banking As A Digital Payment Tool” 1, no. 5: 7650.
- Riskawati, Ida, Mardhiyaturrositaningsih, and Saekhu. (2025). “The Effect of Perceived Ease , Risk and Financial Literacy on the Use of QRIS as a Digital Payment in MSMEs.” *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 7, no. 1: 159. <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2025.7.1.26744>.
- Rochmawati, Irma. “Analisis User Interface Situs Web Iwearup.Com.” *Visualita*, 33. <https://doi.org/10.33375/vslt.v7i2.1459>.
- Rumah Fiqih Indonesia. Accessed March 28, 2025. <https://www.rumahfiqih.com/quran/2/267>.
- Rumuar, Anafiah, Hendrato Setiabudi Nugroho. (2024). “Pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Di Kalangan Generasi-Z” 23, no. 1: 192.
- Rusdiana, Budi, and Rita Kusumadewi. (2024). “Pengukuran Persepsi Pengguna Terhadap Persepsi Manfaat, Fitur Layanan Dan Keamanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Wilayah Ciayumajakuning).” *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan* 5, no. 1: 160. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v5i1.7816>.
- Ruslan, Fitriyani, Farid Madjodjo, and Nikita Astria. (2023). “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Kemudahan, Dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Brimo.” *Gorontalo Accounting Journal* 6, no. 1: 25. <https://doi.org/10.32662/gaj.v6i1.2593>.
- Safari, Apay, and Anti Riyanti. (2023). “Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking.” *Jurnal Edunomika* 08, no. 01: 2.
- Safitri, Novia Amanda, et al. (2024). “Strategi Inovasi Perbankan Digital Dalam Menghadapi Persaingan Industri Keuangan.” *Indonesian Journal of Economics* 1, no. 5: 414–19.
- Salbiyah, Siti. (2020). “Theory Planned Behavior Dan Pengaruhny Terhadap Kinerja Mahasiswa Dengan Cooperative Learning Tipe Jigsaw Sebagai Variabel Moderating Di Feb Universitas Muhammadiyah Surabaya.” *Balance: Economic, Business, Management, and Accounting*

- Saniyah, Minhatus, and Hendri Hermawan Adinugraha. (2023). "Information Technology Design For BTN Syariah Mobile Banking Services" 4, no. 2: 115–30.
- Santi, Indyah Hartami, and Bayu Erdani. (2021). *Technology Acceptance Model (TAM)*. Penerbit NEM. <https://books.google.co.id/books?id=EcA6EAAAQBAJ>.
- Shodiqin, Muhammad. (2021). "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BSI Semarang)." *Skripsi*, 1–105.
- Sitoyo, Sandu, M. Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian. Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.
- Sulmi, Alif Ainul Khatimah, et al. (2021). "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)." *Islamic Banking, Economic and Financial Journal* 1, no. 2 (2021): 60.
- Surahman, Ence, Adrie Satrio, and Herminarto Sofyan. (2020). "Kajian Teori Dalam Penelitian." *Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan* 3, no. 1: 51. <https://doi.org/10.17977/um038v3i12019p049>.
- Susanti, Evi, and Novita Oktavianti Parera. (2021). "Loyalitas Nasabah Dari Kemudahan Penggunaan Mobile Banking." *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business* 2, no. 1: 43. <https://doi.org/10.52238/ideb.v2i1.37>.
- Syarfi, Siti Mauidhoh, and Nadia Asandimitra. (2020). "Implementasi Theory of Planned Behavior Dan Risk Tolerance Terhadap Intensi Investasi Peer to Peer Lending." *Jurnal Ilmu Manajemen* 8, no. 3: 866. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p864-877>.
- Taan, Hapsawati. (2021). "Kemudahan Penggunaan Dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen." *E- Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 8, no. 1: 90.
- Tabelessy, Walter. (2021). "Pengaruh Desain Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Rumahan Buket Bunga Victoria Di Kota Ambon." *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* 2, no. 2: 90. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i2.274>.
- Tarigan, Evelyne Vagittha br, and Khairina Tambunan. (2020). "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Dalam Menggunakan Mobile Banking Di Bank Syariah Indonesia Kcp Stabat Proklamasi." *Journal of Economics & Management* 2, no. 1: 86. <https://doi.org/10.57251/reg.v2i1.284>.
- Trianita, Anjar, and Riski Wahyuning Damayanti. (2024). "Pengaruh Kualitas Tampilan Aplikasi Dan Harga Terhadap Minat Gen Z Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi Pada Pengguna Social Commerce Tiktok Shop Di Yogyakarta." *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis* 4, no. 2: 115. <https://doi.org/10.56127/jaman.v4i2.1619>.
- Trianita, Mery, Fafa Fuji Lia Ristoni, and Yunilma. (2024). "Peran Teori TAM Dalam Meningkatkan Repurchase Intention Pengguna SPayLater Di Kota Padang." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas* 26, no. 2: 312.
- Venkatesh, Viswanath, and Fred D. Davis. (2000). "Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies." *Management Science* 46, no. 2: 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>.
- Wahyuni, Molly. (2020). *Statistik Deskriptif*. Yogyakarta: Bintang Surya Madani.
- Wardani, Sulistyo, and Rita Intan Permatasari. (2022). "Pengaruh Pengembangan Karier Dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Negeri Sipil (Pns) Staf Umum Bagian

- Pergudangan Penerbangan Angkatan Darat (Penerbad) Di Tangerang.” *Jurnal Ilmiah M-Progress* 12, no. 1: 23. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.862>.
- Widodo, Slamet, et al. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian*. Cv Science Techno Direct. Pangkalpinang: CV Science Techno Direct.
- Yonatan Z., Agnes. (2024). “Mobile Banking Terpopuler Di Indonesia 2024,”. <https://data.goodstats.id/statistic/mobile-banking-terpopuler-di-indonesia-2024-MdFQB>.
- Yulianti, Hanny Dwi. (2024). “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking, Fitur Aplikasi, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bsi Mobile Di Jabodetabek.” UIN Syarif Hidayatullah.
- Yusuf, Hedi. (2023). “Pengembangan User Interface Dan User Experience Aplikasi BNI Mobile Banking Menggunakan Metode User Centered Design (Studi Kasus Aplikasi Bni Mobile Banking).” *Indonesian Journal of Education And Computer Science* 1, no. 3 (2023): 119.
- Zahriyah, Aminatus, et al. (2021). *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Mandala Press. Mandala Press.
- Zulkarnain, Muhammad, et al. (2023). “Pengaruh Kemudahan, Ketersediaan Fitur Dan Manfaat Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bsi Mobile Di Kecamatan Ilir Barat Kota Palembang.” *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)* 8: 271. <https://doi.org/10.32505/j-ebis.v8i2.7036>.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

I. Pengantar

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan, saya Salsabila Anis Widya mahasiswi Program Studi S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir atau skripsi terkait “Pengaruh Desain Antarmuka, Fitur Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi *Mobile banking* BTN Syariah (Studi Kasus BTN Syariah KCS Semarang)”. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah nasabah aktif di BTN Syariah KCS Semarang.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner terlampir secara objektif. Saya menjamin kerahasiaan data yang Anda berikan dan akan menggunakannya hanya untuk kepentingan akademis semata.

Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

II. Petunjuk Pengisian

1. Sebelum menjawab kuesioner, mohon untuk melengkapi identitas responden.
2. Bacalah terlebih dahulu setiap butir pertanyaan atau pernyataan di dalam form dengan cermat.
3. Untuk menjawab kuesioner, klik pada salah satu jawaban yang sesuai pada kolom pilihan jawaban yang tersedia.
4. Satu pertanyaan atau pernyataan hanya boleh dijawab dengan satu pilihan jawaban.
5. Pilihan yang tersedia

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

III. Identitas Responden

- Nama :
- Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki
☐ Perempuan
- Usia : ☐ 18-25 Tahun
☐ 26-35 Tahun
☐ 36-45 Tahun
- Pendidikan Terakhir : ☐ SMA/SLTA
☐ S-1/Strata 1
☐ S-2/Strata 2
- Pekerjaan : ☐ Karyawan/i
☐ PNS
☐ Mahasiswa/i
☐ Wiraswasta
☐ Lainnya
- Lama Menjadi Nasabah : ☐ < 1 Tahun
☐ 1-2 Tahun
☐ 2-3 Tahun
☐ > 3 Tahun

IV. Daftar Pertanyaan

1. Desain Antarmuka (X1)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa susunan menu pada BTNS <i>Mobile</i> sangat jelas, singkat dan mudah dipahami					
2.	Penempatan ikon dan menu pilihan di BTNS <i>Mobile</i> mempermudah saya dalam menggunakannya					
3.	Tampilan pada BTNS <i>Mobile</i> konsisten dan senada dari satu halaman ke halaman lain baik itu dari segi pemilihan icon maupun warna					
4.	BTNS <i>Mobile</i> memberikan respons yang cepat setiap kali saya menekan tombol atau melakukan interaksi					

5.	Tata letak menu dan fitur dalam BTNS <i>Mobile</i> memudahkan saya menyelesaikan transaksi dengan cepat					
----	---	--	--	--	--	--

2. Fitur Layanan (X2)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya menggunakan aplikasi BTNS <i>Mobile</i> karena akses informasi mengenai produk mudah dilihat di dalam aplikasi.					
2.	Saya merasa bahwa aplikasi BTNS <i>Mobile</i> menawarkan berbagai fitur layanan transaksi.					
3.	Aplikasi BTNS <i>Mobile</i> dilengkapi dengan berbagai fitur dan inovasi produk, serta menawarkan akses informasi yang bermanfaat bagi nasabah.					
4.	Saya menggunakan aplikasi BTNS <i>Mobile</i> karena fitur-fitur yang tersedia dapat memenuhi semua kebutuhan transaksi saya.					

3. Kemudahan Penggunaan (X3)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa penggunaan BTNS <i>Mobile</i> sangat mudah dipelajari					
2.	Saya merasa sangat mudah saat menggunakan BTNS <i>Mobile</i> untuk mengelola transaksi saya					
4.	Secara keseluruhan saya merasa bahwa layanan BTNS <i>Mobile</i> sangat mudah digunakan					
4.	Saya merasa BTNS <i>Mobile</i> sangat fleksibel dan praktis untuk berbagai jenis transaksi					

4. Minat (Y)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa senang melakukan transaksi menggunakan layanan BTNS <i>Mobile</i>					
2.	Saya akan merekomendasikan layanan BTNS <i>Mobile</i> kepada teman dan keluarga					
3.	Saya akan tetap menggunakan layanan BTNS <i>Mobile</i> dalam transaksi perbankan saya					
4.	Saya akan menggunakan layanan BTNS <i>Mobile</i> untuk saat ini dan kedepannya					

Lampiran 2 Tabulasi Data

1. Desain Antarmuka (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
1	4	4	4	4	3	19
2	5	5	4	4	4	22
3	3	3	2	4	4	16
4	4	4	5	4	5	22
5	4	5	5	5	4	23
6	5	4	4	5	4	22
7	5	5	5	4	5	24
8	5	4	5	5	4	23
9	5	3	5	4	4	21
10	4	5	5	5	5	24
11	5	4	4	5	5	23
12	4	5	5	4	5	23
13	5	4	4	5	5	23
14	4	5	5	4	4	22
15	5	4	5	5	5	24
16	5	4	3	5	4	21
17	5	4	5	5	3	22
18	5	4	3	4	5	21
19	4	5	5	4	5	23
20	4	5	5	4	5	23
21	4	4	4	4	4	20
22	4	5	4	4	4	21
23	4	4	3	4	4	19
24	4	4	5	5	4	22
25	5	4	5	3	4	21
26	3	3	3	3	3	15
27	5	4	4	5	5	23
28	5	5	5	5	5	25
29	3	3	5	4	4	19

30	4	3	4	5	4	20
31	4	5	4	5	5	23
32	4	4	4	4	4	20
33	5	5	4	5	4	23
34	4	5	5	4	4	22
35	5	4	4	5	4	22
36	4	3	3	4	4	18
37	5	5	4	5	4	23
38	5	5	3	5	4	22
39	4	5	4	5	3	21
40	5	4	5	5	4	23
41	4	5	5	4	5	23
42	4	5	4	5	3	21
43	4	5	5	4	3	21
44	4	5	5	4	5	23
45	4	3	4	4	5	20
46	4	5	4	5	4	22
47	5	4	3	5	4	21
48	4	4	5	4	5	22
49	4	5	4	5	5	23
50	5	4	5	5	4	23
51	5	5	4	5	4	23
52	4	4	5	4	4	21
53	5	5	4	3	4	21
54	3	4	5	4	4	20
55	3	4	3	5	4	19
56	4	5	3	4	4	20
57	5	4	3	4	5	21
58	5	5	4	3	4	21
59	1	1	1	5	5	13
60	5	5	5	5	4	24
61	4	5	3	5	4	21
62	4	5	4	5	4	22
63	4	5	4	4	5	22
64	4	5	4	4	3	20
65	5	4	5	4	5	23
66	4	4	5	4	5	22
67	5	4	3	4	5	21
68	4	3	4	5	4	20
69	4	5	4	5	4	22
70	4	5	4	5	4	22
71	4	3	4	5	4	20
72	5	4	5	3	4	21
73	3	4	5	5	4	21
74	4	4	5	4	5	22
75	5	4	4	4	5	22
76	4	4	3	4	4	19
77	5	4	4	5	5	23
78	5	5	4	3	4	21
79	4	5	5	4	5	23

80	5	5	4	4	3	21
81	3	4	5	4	4	20
82	4	4	5	5	4	22
83	4	4	4	4	4	20
84	5	5	5	5	5	25
85	4	4	5	4	5	22
86	5	5	5	5	5	25
87	4	4	3	4	3	18
88	5	4	5	4	5	23
89	3	3	3	4	4	17
90	5	2	4	4	3	18
91	5	5	5	5	5	25
92	4	4	4	4	4	20
93	5	4	5	4	4	22
94	4	4	4	4	4	20
95	4	5	4	4	5	22
96	5	5	4	5	5	24
97	3	3	3	3	3	15
98	3	4	4	5	5	21
99	2	2	3	3	2	12
100	4	5	4	5	4	22

2. Fitur Layanan (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
1	4	3	4	3	14
2	5	5	4	4	18
3	3	3	3	3	12
4	4	5	5	4	18
5	4	5	4	5	18
6	4	5	3	4	16
7	5	5	4	5	19
8	5	4	5	5	19
9	4	5	5	4	18
10	5	4	4	4	17
11	5	5	4	5	19
12	5	4	4	5	18
13	5	4	4	5	18
14	5	5	4	5	19
15	5	5	5	5	20
16	4	4	3	5	16
17	5	4	3	5	17
18	5	4	3	4	16
19	5	5	4	5	19
20	5	4	4	5	18
21	4	4	4	4	16
22	4	5	4	5	18
23	4	4	3	3	14
24	3	4	5	4	16
25	4	4	4	5	17

26	3	3	3	3	12
27	5	4	4	5	18
28	5	5	5	5	20
29	3	3	4	4	14
30	4	4	5	3	16
31	3	4	5	4	16
32	4	4	4	4	16
33	4	4	5	4	17
34	5	5	4	5	19
35	4	3	4	5	16
36	3	4	4	4	15
37	5	5	5	5	20
38	5	4	4	4	17
39	4	5	4	4	17
40	3	5	4	5	17
41	5	4	5	3	17
42	4	4	5	5	18
43	4	5	4	5	18
44	4	5	5	4	18
45	4	4	3	5	16
46	4	5	4	3	16
47	4	5	5	4	18
48	4	5	4	5	18
49	5	4	5	4	18
50	5	4	4	5	18
51	4	5	5	4	18
52	4	5	4	4	17
53	4	5	4	5	18
54	5	4	5	3	17
55	5	4	5	5	19
56	3	4	3	5	15
57	5	5	4	5	19
58	5	4	4	5	18
59	5	1	5	1	12
60	4	4	4	4	16
61	5	5	4	3	17
62	5	4	3	4	16
63	5	4	4	4	17
64	5	4	5	5	19
65	4	4	5	4	17
66	5	5	3	4	17
67	4	5	4	3	16
68	5	4	5	4	18
69	4	5	4	5	18
70	5	4	5	4	18
71	5	4	5	4	18
72	5	4	5	5	19
73	3	4	4	5	16
74	4	5	4	4	17
75	4	4	5	5	18

76	3	5	5	4	17
77	4	4	5	5	18
78	5	4	4	4	17
79	4	5	4	5	18
80	4	4	5	5	18
81	5	5	4	3	17
82	5	4	4	5	18
83	4	4	4	4	16
84	5	5	5	5	20
85	3	4	4	4	15
86	5	5	5	5	20
87	3	4	3	4	14
88	5	4	5	4	18
89	3	3	2	3	11
90	3	4	3	4	14
91	5	5	5	5	20
92	4	4	4	4	16
93	4	4	5	4	17
94	4	4	4	4	16
95	5	5	4	3	17
96	5	4	4	5	18
97	4	4	3	4	15
98	5	5	4	5	19
99	3	3	4	3	13
100	5	5	5	5	20

3. Kemudahan Penggunaan (X3)

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL
1	2	3	4	3	12
2	4	5	4	5	18
3	4	4	5	3	16
4	4	3	5	4	16
5	4	5	3	4	16
6	4	5	5	5	19
7	5	4	4	5	18
8	5	4	5	5	19
9	5	5	4	5	19
10	4	4	4	4	16
11	5	5	4	5	19
12	5	5	4	5	19
13	5	4	4	5	18
14	5	4	4	4	17
15	5	5	5	5	20
16	4	3	5	4	16
17	4	4	5	4	17
18	5	4	5	4	18
19	5	5	4	5	19
20	5	4	4	5	18
21	4	4	4	4	16

22	4	4	4	5	17
23	5	4	4	4	17
24	5	4	5	4	18
25	5	5	4	4	18
26	3	3	3	3	12
27	5	4	5	5	19
28	5	5	5	5	20
29	5	3	3	4	15
30	4	5	5	4	18
31	5	4	5	4	18
32	4	4	4	4	16
33	4	5	4	3	16
34	4	4	5	5	18
35	5	4	4	5	18
36	3	3	3	3	12
37	4	5	4	4	17
38	5	5	4	4	18
39	5	4	3	5	17
40	4	5	4	5	18
41	3	4	4	5	16
42	4	5	4	4	17
43	4	5	3	5	17
44	5	4	5	4	18
45	4	4	5	4	17
46	4	5	4	4	17
47	4	5	4	4	17
48	5	5	4	4	18
49	4	5	4	4	17
50	4	5	4	4	17
51	4	5	5	4	18
52	4	4	5	5	18
53	5	5	4	4	18
54	4	5	4	4	17
55	4	3	4	5	16
56	4	5	5	4	18
57	4	5	4	4	17
58	5	4	4	4	17
59	5	5	5	1	16
60	5	4	5	4	18
61	4	3	4	5	16
62	4	5	5	4	18
63	5	4	5	4	18
64	4	5	3	4	16
65	4	4	5	5	18
66	5	5	4	5	19
67	4	5	4	5	18
68	3	4	5	4	16
69	4	3	4	5	16
70	5	4	5	4	18
71	4	5	4	3	16

72	3	5	4	5	17
73	4	4	5	5	18
74	4	5	4	5	18
75	4	5	5	5	19
76	4	4	4	4	16
77	4	4	5	5	18
78	5	5	5	5	20
79	5	4	4	5	18
80	4	3	4	5	16
81	4	4	5	5	18
82	4	4	5	4	17
83	4	4	4	4	16
84	5	5	5	5	20
85	5	5	5	5	20
86	5	5	5	5	20
87	4	4	3	4	15
88	5	4	5	4	18
89	3	3	3	3	12
90	5	5	3	4	17
91	5	5	5	5	20
92	4	4	4	4	16
93	3	3	5	5	16
94	5	5	4	4	18
95	4	4	5	4	17
96	5	5	5	4	19
97	3	3	4	4	14
98	5	5	4	5	19
99	2	2	2	2	8
100	4	5	5	5	19

4. Minat (Y)

No	Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL
1	3	3	4	4	14
2	5	4	3	5	17
3	3	3	3	4	13
4	5	4	3	5	17
5	4	4	5	4	17
6	4	5	3	4	16
7	5	5	4	5	19
8	5	4	5	5	19
9	5	4	5	5	19
10	5	4	4	5	18
11	5	5	5	4	19
12	4	5	5	4	18
13	4	5	5	4	18
14	4	5	5	4	18
15	5	4	5	5	19
16	5	4	5	4	18
17	4	5	4	3	16

18	5	4	3	5	17
19	5	5	4	5	19
20	4	5	5	4	18
21	4	4	4	4	16
22	4	5	4	4	17
23	4	4	4	3	15
24	4	4	5	4	17
25	4	4	4	4	16
26	3	3	3	3	12
27	5	4	4	5	18
28	5	5	5	5	20
29	5	5	5	5	20
30	3	4	5	4	16
31	4	4	5	4	17
32	4	5	4	4	17
33	4	4	4	4	16
34	4	5	5	4	18
35	4	5	4	3	16
36	3	4	3	3	13
37	4	5	4	3	16
38	4	5	4	5	18
39	4	4	5	3	16
40	4	4	5	3	16
41	5	4	3	5	17
42	4	3	5	3	15
43	5	4	5	4	18
44	4	5	4	3	16
45	4	4	5	4	17
46	4	4	5	4	17
47	4	4	5	3	16
48	4	5	5	5	19
49	4	5	5	4	18
50	4	5	4	5	18
51	5	4	4	5	18
52	4	5	5	4	18
53	4	3	4	5	16
54	4	5	4	3	16
55	5	4	4	5	18
56	4	3	5	5	17
57	4	5	4	5	18
58	4	3	4	5	16
59	5	5	1	1	12
60	4	5	4	4	17
61	5	5	4	4	18
62	5	4	4	3	16
63	4	5	4	3	16
64	5	4	3	4	16
65	5	4	3	4	16
66	5	4	5	4	18
67	5	4	5	4	18

68	4	5	4	5	18
69	4	5	4	3	16
70	4	5	4	3	16
71	4	5	4	5	18
72	4	5	4	4	17
73	4	5	4	5	18
74	5	4	3	4	16
75	4	4	5	5	18
76	4	3	4	3	14
77	4	4	5	4	17
78	4	5	5	4	18
79	4	5	4	5	18
80	4	5	4	5	18
81	4	5	4	4	17
82	4	3	4	5	16
83	4	3	4	4	15
84	5	5	5	5	20
85	4	5	4	5	18
86	5	5	5	5	20
87	3	4	4	4	15
88	5	5	5	4	19
89	3	3	4	3	13
90	3	4	5	4	16
91	5	5	5	5	20
92	5	4	4	4	17
93	4	4	4	4	16
94	4	4	4	4	16
95	4	5	5	3	17
96	5	4	5	5	19
97	4	4	3	4	15
98	4	5	5	4	18
99	2	3	3	3	11
100	5	5	5	5	20

Lampiran 3 Hasil Output Uji Deskriptif

Hasil Uji Deskriptif Responden

		Jenis Kelamin			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Laki-laki	30	30.0	30.0	30.0
	Perempuan	70	70.0	70.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25 Tahun	52	52.0	52.0	52.0
	26-35 Tahun	40	40.0	40.0	92.0
	36-45 Tahun	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SLTA	41	41.0	41.0	41.0
	S-1/Strata 1	55	55.0	55.0	96.0
	S-2/Strata 2	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karyawan/i	27	27.0	27.0	27.0
	Pegawai Negeri	17	17.0	17.0	44.0
	Pelajar/Mahasiswa	35	35.0	35.0	79.0
	Wiraswasta	17	17.0	17.0	96.0
	Lainnya	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Lama Menjadi Nasabah			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 Tahun	19	19.0	19.0	19.0
	1-2 Tahun	40	40.0	40.0	59.0
	2-3 Tahun	21	21.0	21.0	80.0
	> 3 Tahun	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 4 Hasil Output Uji Validitas (Pilot Test)

1. Variabel X1 (Desain Antarmuka)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.721**	.702**	.671**	.689**	.869**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30

X1.2	Pearson Correlation	.721**	1	.483**	.773**	.728**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000		.007	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.702**	.483**	1	.579**	.728**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007		.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.671**	.773**	.579**	1	.807**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.689**	.728**	.728**	.807**	1	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.869**	.847**	.816**	.886**	.912**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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).

2. Variabel X2 (Fitur Layanan)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.447*	.627**	.695**	.850**
	Sig. (2-tailed)		.013	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.447*	1	.482**	.479**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.013		.007	.007	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.627**	.482**	1	.489**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007		.006	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.695**	.479**	.489**	1	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.006		.000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.850**	.757**	.798**	.825**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	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).

3. Variabel X3 (Kemudahan Penggunaan)

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.579**	.617**	.521**	.774**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.579**	1	.818**	.791**	.934**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.617**	.818**	1	.553**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.521**	.791**	.553**	1	.859**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.002		.000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.774**	.934**	.857**	.859**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	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).

4. Variabel Y (Minat)

		Correlations				
		Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.780**	.520**	.629**	.874**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.780**	1	.491**	.584**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000		.006	.001	.000
	N	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.520**	.491**	1	.681**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.003	.006		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.629**	.584**	.681**	1	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.874**	.862**	.783**	.852**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	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).

Lampiran 5 Hasil Output Uji Reliabilitas (Pilot Test)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.954	17

Lampiran 6 Hasil Output Uji Validitas

1. Variabel X1 (Desain Antarmuka)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1_TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.414**	.317**	.149	.201*	.685**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.140	.045	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.414**	1	.377**	.167	.193	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.097	.054	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.317**	.377**	1	.030	.233*	.668**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.769	.020	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.149	.167	.030	1	.183	.444**
	Sig. (2-tailed)	.140	.097	.769		.069	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.201*	.193	.233*	.183	1	.561**
	Sig. (2-tailed)	.045	.054	.020	.069		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1_TOTAL	Pearson Correlation	.685**	.721**	.668**	.444**	.561**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

2. Variabel X2 (Fitur Layanan)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2_TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.205*	.260**	.204*	.647**
	Sig. (2-tailed)		.041	.009	.042	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.205*	1	.135	.413**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.041		.180	.000	.000

	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.260**	.135	1	.086	.566**
	Sig. (2-tailed)	.009	.180		.396	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.204*	.413**	.086	1	.683**
	Sig. (2-tailed)	.042	.000	.396		.000
	N	100	100	100	100	100
X2_TOTAL	Pearson Correlation	.647**	.673**	.566**	.683**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

3. Variabel X3 (Kemudahan Penggunaan)

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3_TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.412**	.265**	.295**	.737**
	Sig. (2-tailed)		.000	.008	.003	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.412**	1	.161	.195	.671**
	Sig. (2-tailed)	.000		.110	.052	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.265**	.161	1	.221*	.606**
	Sig. (2-tailed)	.008	.110		.027	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.295**	.195	.221*	1	.650**
	Sig. (2-tailed)	.003	.052	.027		.000
	N	100	100	100	100	100
X3_TOTAL	Pearson Correlation	.737**	.671**	.606**	.650**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

4. Variabel Y (Minat)

		Correlations				
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y_TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.237*	.068	.366**	.638**
	Sig. (2-tailed)		.018	.499	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.237*	1	.146	.054	.554**
	Sig. (2-tailed)	.018		.147	.592	.000

	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.068	.146	1	.218*	.601**
	Sig. (2-tailed)	.499	.147		.029	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.366**	.054	.218*	1	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.592	.029		.000
	N	100	100	100	100	100
Y_TOTAL	Pearson Correlation	.638**	.554**	.601**	.688**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

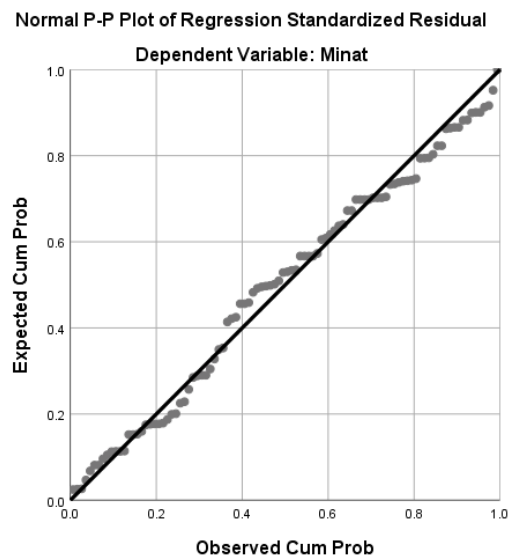
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 7 Hasil Output Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.865	17

Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas

a. Uji P-Plot



b. Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.06682583
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.060
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Lampiran 9 Hasil Output Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.228	1.125		1.979	.051		
Desain Antarmuka	.202	.084	.261	2.409	.018	.316	3.161
Fitur Layanan	.306	.089	.319	3.444	.001	.433	2.307
Kemudahan Penggunaan	.302	.084	.321	3.580	.001	.462	2.165

a. Dependent Variable: Minat

Lampiran 10 Hasil Output Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.455	.716		2.032	.045	
Desain Antarmuka	-.050	.053	-.169	-.937	.351	
Fitur Layanan	.023	.057	.064	.414	.680	
Kemudahan Penggunaan	.001	.054	.004	.025	.980	

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 11 Uji Output Uji Linier Berganda

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.228	1.125		1.979	.051
	Desain Antarmuka	.202	.084	.261	2.409	.018
	Fitur Layanan	.306	.089	.319	3.444	.001
	Kemudahan Penggunaan	.302	.084	.321	3.580	.001

a. Dependent Variable: Minat

Lampiran 12 Hasil Output Uji T

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.228	1.125		1.979	.051
	Desain Antarmuka	.202	.084	.261	2.409	.018
	Fitur Layanan	.306	.089	.319	3.444	.001
	Kemudahan Penggunaan	.302	.084	.321	3.580	.001

a. Dependent Variable: Minat

Lampiran 13 Hasil Output Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	202.966	3	67.655	57.644	.000 ^b
	Residual	112.674	96	1.174		
	Total	315.640	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Desain Antarmuka

Lampiran 14 Hasil Output Uji Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802 ^a	.643	.632	1.08337

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Desain Antarmuka

Lampiran 15 Surat Penelitian



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

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan, telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
Website: febi.walisongo.ac.id – Email: febi@walisongo.ac.id

Nomor : 929/Un.10.5/D1/TA.0.01/03/2025
Hal : Permohonan Izin Riset
Lamp. : ---

Semarang, 11/03/2025

Yth.
Pimpinan BTN Syariah KCS Semarang
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin kepada :

Nama	: Salsabila Anis Widya
NIM	: 2105036055
Semester	: VIII
Prodi	: S.1 Perbankan Syariah
Alamat Peneliti	: Mayong Kidul 002/001, Kec. Mayong, Kab. Jepara
Tujuan Penelitian	: Wawancara dan Observasi
Judul Skripsi	: PENGARUH DESAIN ANTARMUKA, FITUR LAYANAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN APLIKASI MOBILE BANKING BTN SYARIAH (STUDI KASUS BTN SYARIAH KCS SEMARANG)
Tanggal Pelaksanaan	: 12/03/2025 s.d. 12/05/2025
Lokasi Penelitian	: BTN Syariah KCS Semarang Jl. Ahmad Yani No.181, Wonodri, Kec. Semarang Selatan Kota Semarang, Jawa Tengah 50242

Demikian surat permohonan ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



an Dekan,
Wakil Dekan I, Bidang Akademik
Dan Kelembagaan

MUCHAMAD FAUZI

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang (sebagai laporan)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Salsabila Anis Widya
NIM : 2105036055
Tempat/Tanggal Lahir : Jepara, 05 September 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Desa Mayong Kidul RT. 002 RW. 001, Kecamatan Mayong,
Kabupaten Jepara
Handphone/WA : 08976316934
Email : salsabilans099@gmail.com
Instagram : slsbllans

Pendidikan Formal

1. SDN 3 Mayong Lor
2. MTsN 1 Jepara
3. MAN 1 Jepara
4. UIN Walisongo Semarang

Pendidikan Non Formal

1. Pondok Pesantren Ath-Thohiriyah
2. Islamic Boarding School Al-Fikra MAN 1 Jepara

Pengalaman Organisasi

1. Staff Divisi PSDM HMJ S1 Perbankan Syariah 2023
2. Staff Divisi PSB Organisasi Daerah Keluarga Mahasiswa Jepara Semarang (KMJS)
3. Anggota Volunteer Perbankan Festival HMJ S1 Perbankan Syariah 2022