PENGARUH KEMUDAHAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* UNTUK MEMBAYAR ZAKAT

(Studi Kasus Nasabah BSI Kota Semarang)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata I (S1)

Dalam Ilmu Perbankan Syariah

DISUSUN OLEH :

Narendra Harullydiningrat Dyah Pramudyawardhany

NIM 1805036100

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH

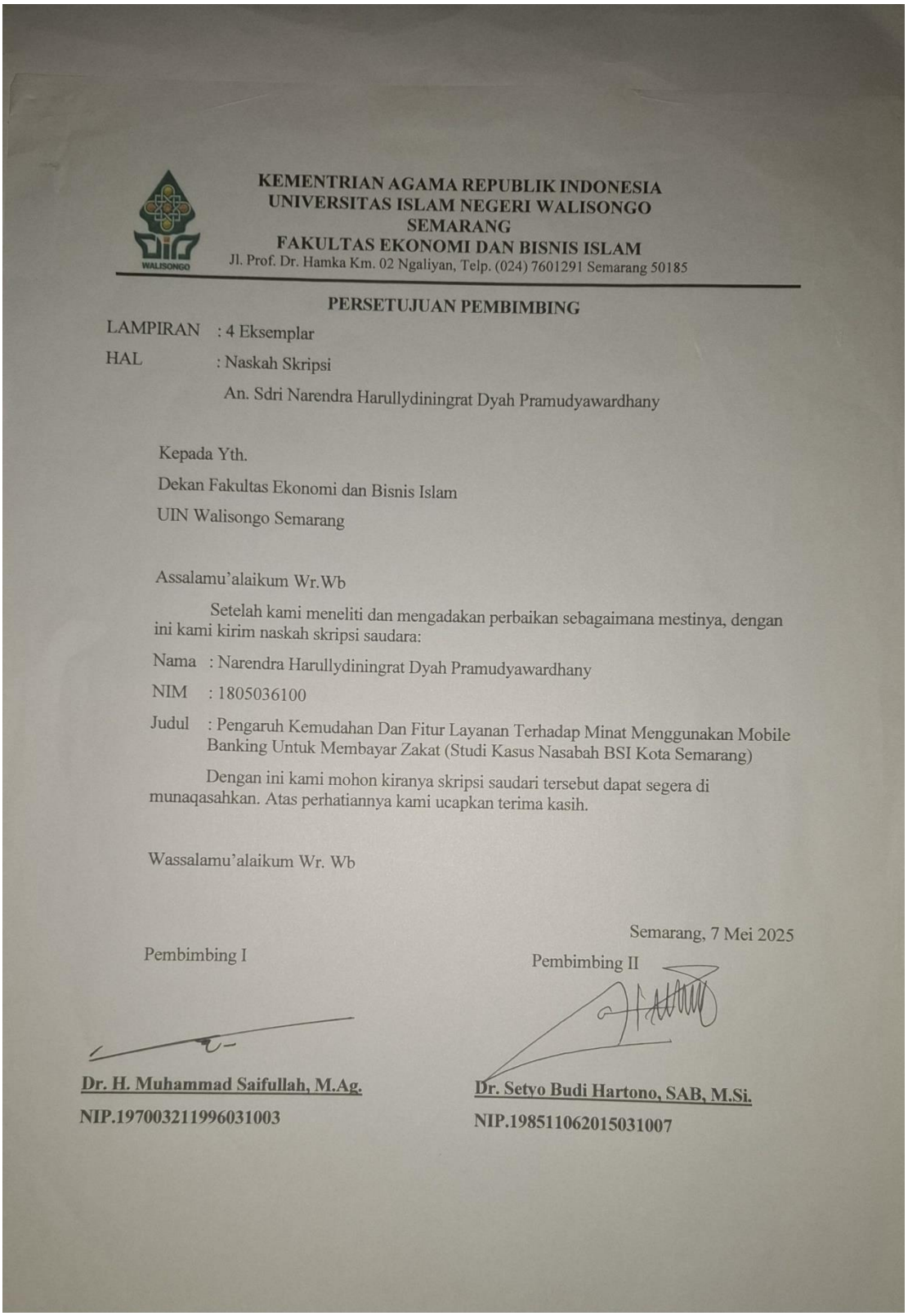
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG

2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Km. 02 Ngaliyan, Telp. (024) 7601291 Semarang 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

LAMPIRAN : 4 Eksemplar
HAL : Naskah Skripsi
An. Sdri Narendra Harullydiningrat Dyah Pramudyawardhany

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

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan sebagaimana mestinya, dengan ini kami kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Narendra Harullydiningrat Dyah Pramudyawardhany
NIM : 1805036100
Judul : Pengaruh Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Untuk Membayar Zakat (Studi Kasus Nasabah BSI Kota Semarang)

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudari tersebut dapat segera di munaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 7 Mei 2025

Pembimbing I

Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.
NIP.197003211996031003

Pembimbing II

Dr. Setyo Budi Hartono, SAB, M.Si.
NIP.198511062015031007

PENGESAHAN

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Km. 02 Ngaliyan, Telp. (024) 7601291 Semarang 50185

PENGESAHAN

Skripsi Saudara	: Narendra Harullydiningrat Dyah Pramudyawardhany
NIM	: 1805036100
Judul Skripsi	: **PENGARUH KEMUDAHAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* UNTUK MEMBAYAR ZAKAT (Studi Kasus Nasabah BSI Kota Semarang)**

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

25 Juni 2025

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana strata 1 tahun akademik 2024/2025

Semarang, 25 Juni 2025

Ketua Sidang

Drs. Zaenuri, M.H.
NIP. 196103151997031001

Sekretaris Sidang

Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.
NIP. 197003211996031003

Penguji I

Fita Nurotul Faizah, M.E.
NIP. 199405032019032026

Penguji II

Elysa Najachah, M.A.
NIP. 199107192019032017

Pembimbing I

Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.
NIP. 197003211996031003

Pembimbing II

Dr. Setyo Budi Hartono, M.Si.
NIP. 198511062015031007

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا , إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

(Allah menjamin jika setiap kesulitan yang kita hadapi pasti akan menemukan kemudahan, maka dari itu jangan takut untuk mencoba dan gagal akan sesuatu karena esok kita akan dimudahkan sehingga mendapatkan hasil yang memuaskan)

(Q.S Al- Insyirah ayat 5-6)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa mengkaruniai hidayah Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir saya dengan baik. Sholawat selalu saya panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW atas ilmu pengetahuan yang telah Rasulullah sebarkan. Terselesaikannya tugas akhir penulis berupa skirpsi ini, maka hasilnya dipersembahkan kepada :

1. Orang tua tercinta, Ibu Sunarti dengan ikhlas selalu memberikan motivasi, dukungan, dan doa serta Alm. Bapak Kaneko Putro yang telah memberikan pesan dan kekuatan untuk menghadapi dunia ini walaupun beliau telah berpulang. Atas dedikasi yang mereka berikan penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Keluarga besar, adik-adik tercinta yang selalu memberikan semangat dan keceriaan Sesotyaning dan Maheswari. Tak lupa untuk kakek nenek tercinta H. Suharjanto dan Hj. Musyarofah yang selalu membersamai perjuangan saya dengan doa dan pesan, serta para kerabat yang telah memberikan dukungan.
3. Tidak lupa mempersambahkan apresiasi yang besar kepada penulis sendiri ananda Narendra Harullydiningrat Dyah Pramudyawardhany. Terima kasih telah berkomitmen untuk mengerjakan tugas akhir yang diwarnai dengan segala rintangan dan lika-liku, sehingga tetap bertanggung jawab menyelesaikan skripsi ini. Perjuangan ini patut mendapatkan apresiasi dan penghargaan untuk dibanggakan.

Dengan tertulisnya skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak. Demikian pengantar yang dapat penulis sampaikan. Apabila terdapat kata yang kurang berkenan mohon maaf sebesar-besarnya.

DEKLARASI

DEKLARASI

Dengan kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak mengandung materi yang pernah ditulis oleh pihak lain atau telah diterbitkan oleh pihak lain. Demikian skripsi ini tidak berisi pemikiran-pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat di dalam referensi yang dijadikan sebagai rujukan.

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Narendra Harullydiningrat Dyah Pramudyawardhany

NIM : 1805036100

Program Studi : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Untuk Membayar Zakat (Studi Kasus Nasabah BSI Kota Semarang)

Semarang, 16 Juni 2025

Penulis



Narendra H.D.P

NIM 1805036100

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal penting dalam skripsi karena umumnya banyak istilah yang ditemukan dan ditulis dengan huruf arab seperti adanya istilah arab, nama orang, judul buku dan lain sebagainya yang wajib disalin kedalam huruf latin. Maka dari itu diperlukan transliterasi yang berfungsi sebagai penyalinan huruf-huruf arab dengan huruf-huruf latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

ء = '	س = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ى = n
ح =h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ,,	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

C. Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يْـَ	Fathah dan ya	ai	a dan u
...وْـَ	Fathah dan wau	au	a dan u

D. Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...َ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...وُ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

E. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

   Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati

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

   Contoh:

- رَوْضَةُ الأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةْ talhah

F. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- البِرُّ al-birr

G. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

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

   Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

   Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلاَلُ al-jalālu

ABSTRAK

Zakat adalah salah satu rukun untuk umat islam, pada perkembangan teknologi seperti sekarang ini zakat dapat dilakukan *via online* menggunakan *mobile banking*. Tidak hanya zakat yang dimudahkan didalam *mobile banking*, bank juga menyediakan kemudahan untuk bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Namun beberapa keuntungan yang ditawarkan oleh bank melalui mobile banking berupa kemudahan dan fitur layanan, namun masih banyak nasabah yang melakukan transaksi melalui bank atau membayar zakat secara langsung kepada muzakki. Sebenarnya penelitian ini mempunyai tujuan untuk menguji pengaruh kemudahan bertransaksi dan fitur layanan terhadap minat menggunakan mobile banking untuk membayar zakat.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan memanfaatkan data primer yang didapat melalui penyebaran kuisioner kepada 96 sampel yang merupakan nasabah BSI Kota Semarang sesuai kriteria. Sampel yang digunakan disini adalah melalui metode *accidental* sampling dan perhitungannya dengan pendekatan rumus Lemeshow karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti dan hasilnya dianalisis menggunakan uji statistik analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa variabel kemudahan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan mobile banking untuk berzakat. Nasabah merasa ada beberapa hambatan berupa kesulitan yang dirasakan seperti jika *handphone* tidak memiliki data seluler akan menyebabkan nasabah kembali ke ATM ataupun ke kantor cabang, dan selain itu ada kesulitan karena faktor sinyal yang kurang memadai. Untuk variabel fitur layanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat mengunakan *mobile banking* untuk berzakat. Dua variable tersebut berpengaruh dengan nilai 68,5%.

Kata Kunci : *Kemudahan, Fitur Layanan, dan Minat*

ABSTRACT

Zakat is one of the pillars for Muslims, in the development of technology like today zakat can be done online using mobile banking. Not only zakat is made easier in mobile banking, banks also provide convenience to transact using mobile banking. However, some of the advantages offered by banks through mobile banking are in the form of convenience and service features, but there are still many customers who make transactions through banks or pay zakat directly to muzakki. Actually, this study aims to test the effect of ease of transaction and service features on using mobile banking to pay zakat.

This research is a quantitative research using primary data. Primary data obtained from distributing questionnaires to 96 samples who are BSI Semarang City customers according to the criteria. The sample used here is the accidental sampling method and the calculation is using the Lemeshow formula approach because the population is not known for certain. The results of this study were analyzed using multiple linear regression analysis statistical tests.

The results of this study indicate that the convenience variable has a negative effect on the interest in using mobile banking for zakat. There are still some obstacles in the form of difficulties felt, such as if the cellphone does not have cellular data, it will cause customers to return to the ATM or to the branch office, and in addition there are difficulties due to inadequate signal factors. The service feature variable has a positive effect on the interest in using mobile banking for zakat.the two of variable has 68,5% of effect.

Keyword : *Convenience, Service Features, and Interest*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Untuk Membayar Zakat." Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat guna menyelesaikan studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Dalam proses penyusunan tugas akhir penulis sadar bahwa selalu mendapatkan arahan, bimbingan, dukungan, motivasi, doa dan semangat dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
2. Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
3. Arif Efendi, S.E., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
4. Mardhiyaturrositaningsih, ME. Selaku Sekretaris Program Studi S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
5. Dr. Muyassarah, MSI. Selaku Dosen Wali penulis yang senantiasa membantu proses studi penulis dariawal dan dengan kemurahan hatinya memberikan bimbingan, semangat serta motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir
6. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku dosen pembimbing I dan Bapak Dr. Setyo Budi Hartono, S.A.B, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia untuk meluangkan waktunya memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tanggung jawabnya untuk menyelesaikan skripsi
7. Seluruh dosen pengajar Prodi S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
8. Nasabah Bank BSI Kota Semarang
9. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan, motivasi dan doa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak berkontribusi membantu dalam proses penulisan skripsi

Penulis sadar jika dalam proses pengerjaan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dari itu, penulis berterima kasih atas saran dan kritik yang membangun karena akan sangat

bermanfaat guna menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Semarang, 16 Juni 2025

Narendra H.D.P

NIM 1805036100

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
PENGESAHAN ..... **iii**
MOTTO ..... **iv**
PERSEMBAHAN ..... **v**
DEKLARASI ..... **vi**
PEDOMAN TRANSLITERASI ..... **vii**
ABSTRAK ..... **x**
ABSTRACT ..... **xi**
KATA PENGANTAR ..... **xii**
DAFTAR ISI ..... **xiiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiix**
BAB I PENDAHULUAN **2**
4.1 Latar Belakang 2
4.2 Rumusan Masalah 9
4.3 Tujuan Penelitian 9
4.4 Manfaat Penelitian 9
4.5 Sistematika Penulisan 10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **12**
2.1 Landasan Teori 12
2.1.1 *Technology Acceptance Model (TAM)* 12
2.1.2 *Theory of Planned Behavior (TPB)* 14
2.1.3 Minat 15
2.1.4 Kemudahan 18
2.1.5 Fitur Layanan 20
2.1.6 Pengertian Bank Syariah 22
2.1.7 Pengertian *Mobile Banking* 23
2.1.8 Zakat 25
2.2 Penelitian Terdahulu 27
2.3. Kerangka Berpikir 30
2.4. Hipotesis 31
2.4.1. Kemudahan terhadap minat menggunakan Mobile Banking untuk membayar zakat secara online 31

2.4.2. Fitur Layanan terhadap minat menggunakan Mobile Banking untuk membayar zakat secara online 32
BAB III METODE PENELITIAN 33
4.1 Jenis dan Sumber Data 33
3.1.1 Jenis Data 33
3.1.2 Sumber Data 33
3.2 Populasi dan Sampel 33
3.2.1 Populasi 33
3.2.2 Sampel 34
3.3 Teknik Pengumpulan Data 35
3.3.1 Variabel Penelitian dan Pengukuran 35
3.3.2 Definisi Operasional Variabel 36
3.4 Teknik Analisis Data 37
3.4.1 Analisis Data Deskriptif 37
3.4.2 Uji Instrument Penelitian 37
3.4.3 Uji Asumsi Klasik 38
3.4.4 Uji Hipotesis 39
3.4.5 Koefisien Determinasi (Adjusted R2) 41
BAB IV PEMBAHASAN 42
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 42
4.1.1 Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Semarang 42
4.1.2 Logo BSI Kantor Cabang Semarang 43
4.1.3 Visi dan Misi 43
4.1.4 Mobile Banking BSI (BYOND) 43
4.2 Analisis Deskripsi Responden 44
4.2.1 Jenis Kelamin 44
4.2.2 Usia 45
4.2.3 Pendidikan 45
4.2.4 Pekerjaan 46
4.2.5 Pendapatan 47
4.2.6 Intensitas Penggunaan 48
4.3 Teknik Analisis Data 49
4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif 49
4.3.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian 49
4.3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik 51

4.3.4 Hasil Uji Hipotesis 54
3.2 Hasil dan Pembahasan 58
BAB V PENUTUP 62
5.1 Kesimpulan 62
5.2. Keterbatasan Penelitian 62
5.3. Saran 63
DAFTAR PUSTAKA 64
LAMPIRAN 69
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner.....69
Lampiran 2. Tabulasi Data.....72
Lampiran 3. Hasil Output SPSS Analisis Statistik Deskriptif.....79
Lampiran 4. Hasil output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas.....79
Lampiran 5. Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik.....82
Lampiran 6. Hasil Output SPSS Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....83
Lampiran 7. Hasil Output SPSS Pengujian Hipotesis.....84
Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian.....85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi dan Perilaku Internet di Indonesia Tahun 2019-2023..... 69
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian 30
Gambar 4.1 Logo Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Semarang 41

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 23
Tabel 3.1 Operasional Variabel 34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 45
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 46
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Mobile Banking BSI 47
Tabel 4.7 Deskriptif Statistik 47
Tabel 4.8 Uji Validitas 48
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas 50
Tabel 4.10 Uji Normalitas 50
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas 51
Tabel 4.12 Uji Heterokedastisitas 52
Tabel 4.13 Uji Hipotesis Persamaan Linier Berganda 52
Tabel 4.14 Uji T 54
Tabel 4.15 Uji F 55
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi 55

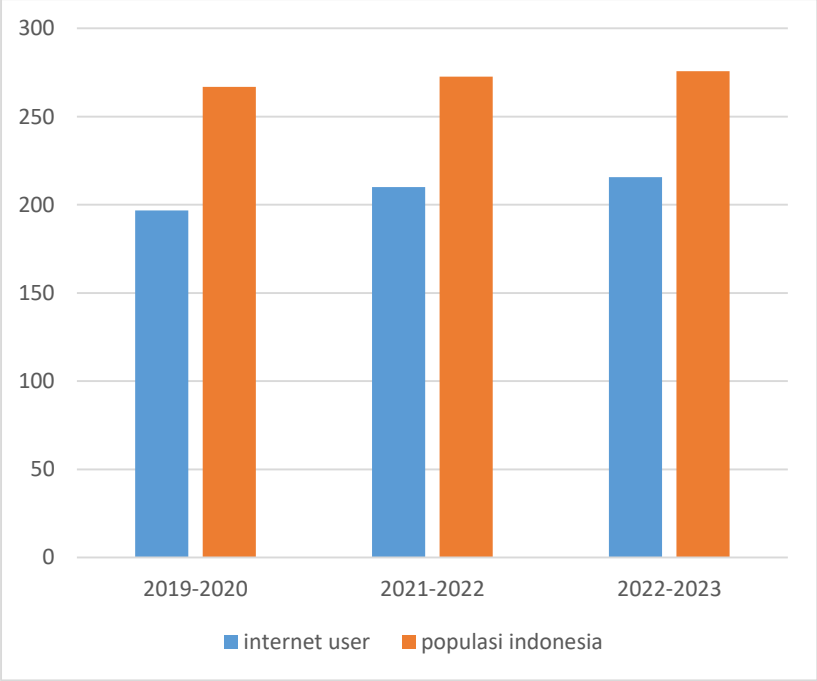
BAB I

PENDAHULUAN

4.1 Latar Belakang

Dewasa ini berbagai macam teknologi telah berkembang pesat di Negara Kesatuan Republik Indonesia salah satunya adalah teknologi telekomunikasi dan informasi yang sangat sering kita manfaatkan setiap harinya yaitu internet. Internet merupakan jaringan yang mengkoneksikan jutaan perangkat dengan menyediakan akses layanan komunikasi dan sumber daya informasi bagi jutaan pengguna di berbagai belahan dunia. Diungkapkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) bahwa media sosial dijadikan sebagai kebutuhan pokok pada kehidupan manusia. Telah dibuktikan bahwa warga Indonesia melek akan internet melalui survei penetrasi dan perilaku internet yang dilakukan pada periode lima tahun terakhir yaitu pada tahun 2019-2023.

Gambar 1. 1 Penetrasi dan Perilaku Internet di Indonesia Tahun 2019-2023



Pada kurun waktu lima tahun terakhir pengguna internet mengalami tren peningkatan, dapat dilihat di pada gambar menunjukkan bahwa di tahun 2019-2020 pengguna internet sebanyak 196,71 juta jiwa pengguna dari total populasi sebanyak 266,91 juta jiwa selanjutnya mengalami kenaikan di tahun 2021-2022 sebanyak 210,03 juta jiwa dari sebanyak 272,68 juta jiwa populasi penduduk Indonesia, dan yang terakhir pada tahun 2023 menunjukkan bahwa

jumlah pengguna internet sebesar 215.63 juta jiwa dari 275.78 juta jiwa populasi penduduk Indonesia, hal ini membuktikan bahwa rakyat Indonesia sangat bergantung pada internet.[1]

Perkembangan internet juga berdampak pada kehidupan sehari-hari di masyarakat karena mereka beranggapan bahwa internet berkontribusi sebagai solusi dalam membantu memecahkan segala macam permasalahan hidup yang kompleks. Tidak dapat dipungkiri jika kemajuan teknologi informasi melalui internet tersebut memang memberikan peran dalam membantu memudahkan kehidupan sehari-hari manusia pada berbagai sektor industri salah satunya adalah industri keuangan khususnya perbankan.[2]

Pada saat ini perbankan telah melakukan inovasi dalam mengadopsi teknologi informasi dan telekomunikasi berupa internet dengan merilis media layanan transaksi melalui internet yaitu *mobile banking* atau sering disebut *m-banking*. Nasabah dapat mempermudah kegiatan bertransaksi hanya dengan *handphone* atau *Personal Data Assistant (PDA)*. Nilai plus menggunakan mobile banking dalam bertransaksi terlihat dari ketersediaan fasilitas yang memudahan akses secara cepat dalam mendapatkan informasi secara aktual dan dapat bertransaksi secara *real time*.[3]

Segala inovasi ini mempengaruhi berbagai macam aspek kehidupan masyarakat di negara Indonesia yang notabennya beragama muslim, dari seluruh penduduk indonesia 87,2% diantaranya menganut agama islam atau sekitar sekitar 260 juta jiwa. Inovasi teknologi tersebut juga memberi dampak kepada mereka. Salah satunya pada sektor keuangan islam yaitu dalam perbankan syariah.[4]

Inovasi pada *financial technology* dalam bidang perbankan dilakukan oleh perbankan konvensional maupun perbankan syariah. Secara garis besar menurut Undang-undang No. 21 Tahun 2008 Perbankan Syariah adalah bank yang berfungsi untuk menghimpun dana, menyalurkan dana, juga melaksanakan aktivitas sosial.[5] Saat ini telah berkembang pada

[1] Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)APJII (Asosiasi, "Survey Penetrasi Internet Indonesia," Survei Penetrasi Internet Indonesia, 2024, https://survei.apjii.or.id/survei/group/9.

[2] F. P. F. Bakkara and Candra Wijayangka, "The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Risk on Customer Satisfaction on the Features of BCA Sakuku in Bandung," *E-Proceeding of Management* 7, no. 2 (2020): 4087–4102.

[3] 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): 146.

[4] Widiyanto bin Mislan Cokrohadisumarto et al., "A Study of Indonesian Community's Behaviour in Paying Zakat," *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 4 (2020): 961–76, https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2018-0208.

[5] OJK, "Penjelasan Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah," n.d., https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Documents/UU_No_21_Tahun_2008_Perbankan_Syariah.pdf.

masyarakat yang menyadari bahwa riba adalah haram hukumnya dan bank konvensional yang menyediakan bunga tersebut dapat dikategorikan sebagai riba yang juga haram hukumnya jika dimanfaatkan. Masyarakat mulai berpaling dari bank konvensional dan memilih bank syariah demi menghindari riba, bank syariah yang lebih menekankan sistem bagi hasil dan prinsip syariah.

Allah Berfirman dalam AL-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 278 :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَذَرُواْ مَا بَقِيَ مِنَ ٱلرِّبَوٰٓاْ إِن كُنتُم مُّؤْمِنِينَ

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman."[6]

Bank syariah yang mulai melihat peluang dalam mengembangkan strategi pemasarannya melalui pemanfaatan *financial technology* yang berkontribusi dalam efektivitas dan efisiensi untuk memberikan jasa layanan dan mulai meningkatkan kompetisi usaha yang sejajar dengan perbankan konvensional. Salah satu aktivitas yang dilakukan perbankan syariah dengan memanfaatkan *financial technology* adalah aplikasi *Mobile Banking*. *Mobile Banking* merupakan jasa layanan yang diberikan oleh pihak bank kepada seluruh nasabah atau pihak lain yang memerlukannya untuk membantu kelancaran dalam kegiatan transaksi perbankan sehingga bank akan memperoleh pendapatan atas produk jasa tersebut, produk jasa tersebut disebut dengan *fee based income*.[7]

Salah satu hal yang mencolok ditemukan pada Bank Syariah adalah dalam *Mobile Banking* tersedia fitur layanan islami seperti jadwal sholat hingga fitur layanan pembayaran zakat. Telah kita ketahui jika terdapat lima kewajiban umat muslim, salah satunya adalah wajib membayar zakat, zakat dapat memiliki arti sebagian harta yang wajib dikeluarkan seseorang dengan tujuan membersihkan jiwa untuk diberikan kepada orang yang membutuhkan. Oleh karena itu zakat merupakan pilar Islam yang memainkan peran penting dalam kehidupan sosial, dengan memberikan sumber daya yang dimiliki oleh orang kaya kepada mereka yang kurang beruntung.[8]

Zakat adalah suatu ibadah yang bersifat wajib, seperti yang telah dinyatakan oleh Allah SWT yang tertuang dalam QS. Al Baqarah (2) : 43:

وَاَقِيْمُوا الصَّلٰوةَ وَاٰتُوا الزَّكٰوةَ وَارْكَعُوْا مَعَ الرّٰكِعِيْنَ ۝٤٣

[6] TafsirWeb, "Surat Al-Baqarah Ayat 278," n.d.

[7] Ak. Drs. Ismail, MBA., *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2016).

[8] Dwi Jayanti Mandasari, Abrista Devi, and Suyud Arif, "Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kepercayaan Dan Reputasi Lembaga Terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Mobile Banking : Studi Kasus Nasabah BSI Kabupaten Bogor," *Journal of Visions and Ideas* 4, no. 2 (2024): 694–703, https://doi.org/DOI: 47467/visa.v4i2.1742.

Artinya: "Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku'lah beserta orang-orang yang ruku'.

Dalam Al Quran ditemukan sebanyak 27 ayat yang menyebutkan sholat dan zakat itu adalah ibadah yang hukumnya wajib secara bersamaan. Kewajiban dalam membayar zakat bukan semata-mata hanya bertujuan untuk membersihkan harta muzakki tetapi memiliki kepentingan secara tersirat yaitu dalam hal kemanusiaan dan sosial, dalam segi kemanusiaan zakat merupakan hikmah yang berperan besar untuk meningkatkan kesejahteraan hidup manusia dan untuk menguatkan kemampuan sosial secara nyata.

Wajib membayar zakat dalam agama islam mempunyai makna yang sangat fundamental, selain itu berhubungan dengan aspek ketuhanan, ekonomi dan sosial. Dalam aspek ketuhanan ditemukan banyaknya ayat yang mencantumkan masalah zakat, dari segi aspel keadilan sosial dan ekonomi perintah dalam memnunaikan zakat dapat dimengerti sebagai bentuk kesatuan sistem yang tidak terpisah dalam meraih kesejahteraan sosial ekonomi dan kemasyarakatan.

Diharapkan jika pajak dapat memperkecil kesenjangan pemasukan orang kaya maupun pemasukan orang yang kurang mampu, sehingga dapat meningkatkan perekonomian pada level tertentu dalam individu atau sosial masyarakat.[9]

Zakat sebagai salah satu instrument mengatasi kemiskinan yang teramanat dalam Pasal 3 Undang-Undang No. 23 Tahun 2011, dilakukan survei kaji dampak zakat tahunan dengan standar indikator yaitu garis kemiskinan yang ekstrem, garis kemiskinan, had kifayah dan nisab zakat. Berdasarkan empat indikator tersebut tercatat oleh BAZNAS RI kemiskinan sebanyak 54.081 jiwa.[10]

Studi yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) ditemukan bahwa user mobile banking di Asia Pasifik meningkat menjadi 1,8 Milyar pengguna pada tahun 2018 dan Asia Tenggara sebagai pelopor utama. Saat ini telah diterapkan digitalisasi dimana BI dengan Kemenag, KNEKS, BAZNAS dan BWI menginisiasi platform digital untuk mengelola ZISWAF yang telah terintegrasi demi meningkatkan pengumpulan ZISWAF yang mendorong kesejahteraan.[11]

Pada tahun 2021, Bank Syariah Indonesia (BSI) menyediakan layanan mobile BSI kepada para nasabahnya.Pada kuartal pertama tahun 2024, PT Bank Syariah Indonesia Tbk

[9] Nuruddin Mhd. Ali, *Zakat Sebagai Instrumen Kebijakan Fiskal* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006).

[10] BAZNAS, "Puskasbaznas," accessed June 5, 2024, https://www.puskasbaznas.com/.

[11] Ane Kurniawati Dedeh Sri Sudaryantia , Nana Sahronib, "Analisa Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek," *Jurnal Ekonomi Manajemen* 4, no. November (2018): 96–107.

(BSI) melaporkan bahwa jumlah pengguna BSI Mobile meningkat 29,35% dari tahun ke tahun menjadi 6,7 juta individu. Sebanyak 118,5 juta transaksi senilai Rp145,1 triliun tercatat melalui BSI *Mobile*. Sebanyak 93,6% nasabah baru di BSI hingga Maret 2024 telah membuka rekening secara online. Langkah ini juga merupakan upaya untuk membuat layanan perbankan syariah lebih mudah diakses oleh masyarakat umum baik untuk perorangan, perusahaan, maupun pelaku UMKM.[12]

Pada tahun 2024 BSI bekerjasama dengan tujuh Lembaga Amil Zakat (LAZ) untuk memfasilitasi masyarakat dalam membayar zakat melalui BSI *Mobile* , ketujuh LAZ ialah BSI Maslahat, Dompet Dhuafa, Rumah Zakat, BAZNAS, DT Peduli, LAZISMU, LAZISNU. Selama Ramadhan tahun 2024 tercatat transaksi ZISWAF di BSI *Mobile* mencapai lebih dari 700.000 transaksi dengan jumlah nilai transaksi mencapai 14 miliar, seiring dengan kemudahan yang diterima nasabah yang hanya cukup dengan menggunakan satu layanan aplikasi.[13]

Permasalahan yang juga timbul adalah jumlah penduduk indonesia yang beragama muslim sangatlah banyak dan potensi zakat sangatlah tinggi namun ditemukan munculnya celah yang lebar antara potensi zakat dan perolehan zakat, selain itu juga pendistribusian zakat yang cenderung kurang merata dan kurang maksimal. Solusi tersebut dapat diatasi melalui digitalisasi untuk memperkecil celah besar yang ada. Teknologi digital dimanfaatkan untuk proses pengumpulan, pendistribusian, manajemen dan alat untuk media pembelajaran zakat.[14]

Salah satu lembaga penghimpunan dan pengolahan zakat melalui mobile banking adalah Bank Syariah Indonesia atau BSI, layanan mobile banking yang disebut BSI *Mobile* berfungsi menyediakan kemudahan bertransaksi layanan berbasis syariah melalui *smartphone* dengan cepat, aman, mudah dan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja hal ini tidak perlu datang langsung ke bank atau atm terdekat.[15]

Kemudahan yang ditawarkan memang sangatlah bergaman khususnya kemudahan dalam bertransaksi melalui mobile yang dapat dilakukan secara cepat, kemudahan dalam bertransaksi seperti transfer uang ataupun pembayaran dan juga top up saldo.

---

[12] Tira Santia, "Pengguna BSI Mobile Naik 29,35 Persen Hingga Kuartal I-2024," 2024, https://www.liputan6.com/bisnis/read/5585020/pengguna-bsi-mobile-naik-2935-persen-hingga-kuartal-i-2024.

[13] BSI, "BSI Sediakan Layanan Bayar Zakat Dengan Mudah Melalui BSI Mobile," 2024, https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-sediakan-layanan-bayar-zakat-dengan-mudah-melalui-bsi-mobile.

[14] Fitri Latifah and Rusdi Lubis, "Digitalization of ZISWAF Development in Indonesia" 1, no. 1 (2020): 1, https://doi.org/10.4108/eai.21-9-2019.2293962.

[15] Muhammad Nisfiannoor, *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Empat, 2009).

Selain kemudahan fitur layanan dalam produk menjadi salah satu faktor yang penting dalam industri perbankan *mobile*, hal ini karena memberikan penyampaian layanan lewat interaksi manusia dengan teknologi, menawarkan fitur layanan berkulitas untuk membantu kebutuhan nasabah merupakan produk bank berbasis digital.[16]

Mobile Banking yang merupakan salah satu dari pengaplikasian *fintech* sebagai salah satu sarana membayar zakat harus meningkatkan kualitas insfrastruktur *IT fintech* dalam aksesibilitas dan keandalan layanan teknis yang tersedia agar dapat diyakini oleh muzakki dala tata cara pembayaran zakat jarak jauh sesuai syariat. Diperlukannya sinergitas antara BSI, dan LAZ khususnya BAZNAS RI untuk membangun kesadaran muzakki tentang apa yang dapat dilakukan oleh mbanking BSI dan apa saja manfaatnya.[17]

Salah satu kendala yang dialami nasabah pada 3 Juli 2024 adalah sering munculnya Informasi Permintaan Kehabisan Waktu hal tersebut dikarenakan masalah sistem pada BSI dan baru akan bisa digunakan pada 6 Juli 2024. Sebelumnya Pada Mei tahun 2023 lalu BSI sempat tidak dapat dioperasikan selama hampir empat hari dari tanggal 8 hingga 11 mei 2023 dikarenakan adanya *maintenance system*. [18] Untuk pembayaran zakat oleh nasabah masih sangat rendah dengan rasio pengguna sebesar 4,07 juta jiwa pada tahun 2022 dan dana yang terhimpun sebesar 100 miliar dengan target yang telah ditentukan oleh Bank Syariah Indonesia sebesar 150 miliar, para muzakki lebih memilih untuk memberikan secara langsung dengan dalih harus memastikan tersalurkannya zakat tepat sasaran ke mustahik yang dituju.[19]

Menurut penelitian di tahun 2022 Muhammad Qoes Atieq , Eva Nurpiani yang berjudul Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah (Survei Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon) Variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* dibuktikan dengan Ho1

[16] Siriluck Rotchanakitumnuai and Mark Speece, "Barriers to Internet Banking Adoption: A Qualitative Study among Corporate Customers in Thailand," *International Journal of Bank Marketing* 21 (2003): 312–23, https://doi.org/10.1108/02652320310498465.

[17] Muhammad Alfarizi, "Studi Eksplorasi Penerimaan Pembayaran Zakat Melalui Aplikasi Fintech Indonesia Pasca Pandemi Covid-19," *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 09 (2022): 410–43.

[18] R. Nurul Fitriana Putri, "BSI Mobile Error, Nasabah Tak Bisa Buka Aplikasi Dan Muncul Tulisan Permintaan Kehabisan Waktu," JawaPos, 2024, https://www.jawapos.com/ekonomi/014823719/bsi-mobile-error-nasabah-tak-bisa-buka-aplikasi-dan-muncul-tulisan-permintaan-kehabisan-waktu.

[19] A Wijaya, "Pengaruh Pengetahuan, Teknologi, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Masyarakat Jakarta Membayar Zakat Melalui BSI Mobile," *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ* 3 (2023):https://prosiding.pnj.ac.id/index.php/SNAM/article/view/766%0Ahttps://prosiding.pnj.ac.id/index.php/SNAM/article/download/766/830.

diterima dan Ha1 ditolak. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa mudah atau tidaknya penggunaan *mobile banking* tidak mempengaruhi minat.[20]

Menurut penelitian pada tahun 2022 oleh Faizal Huda Ramadhan , Firly Rio Triono yang berjudul Pengaruh *Online Payment* Terhadap Minat Untuk Berzakat Online, mengatakan bahwa secara parsial telah diuji dan didapatkan hasil bahwa variabel independen *(Online Payment)* tidak memberi pengaruh terhadap variabel dependen (Minat untuk Berzakat Online). Hal tersebut dikarenakan kurangnya informasi mengenai zakat online kepada masyarakat dan pula dikarenakan kurangnya kepercayaan untuk berzakat online mengenai akadnya.[21]

Sedangkan penelitian menurut Ardiansyah Siregar , Budi Gautama Siregar, Nurul Izzah pada tahun 2022 yang berjudul Determinan Minat Membayar Zakat Melalui *Mobile Banking* Syariah mengatakan bahwa variable kemudahan tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat membayar zakat melalui *mobile banking*, dikarenakan hasil uji t yang dilakukan bertolak belakang dengan pengertian persepsi kemudahan.[22]

Berdasarkan hasil penelitian pada tahun 2022 yang dilakukan oleh Muhammad Fadhil dan Lili Puspita Sari kesimpulan yang dapat diterima adalah bahwa variabel kemudahan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar ZIS menggunakan *GoPay*. Masyarakat merasa bahwa kemudahan dalam pembayaran ZIS menggunakan *GoPay* tidak dirasakan walaupun *GoPay* menyediakan teknologi serta fitur yang canggih di dalamnya.[23]

Sedangkan Hasil Penelitian tahun 2021 oleh Ni Wayan Gita dan Gede Juliarsa menghasilkan bahwa Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh pada minat ulang menggunakan aplikasi *mobile banking* Jenius. Variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan pada minat ulang menggunakan *mobile banking*, sekiranya pihak

[20] 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.

[21] Faizal Huda Ramadhan and Firly Rio Triono, "Pengaruh Online Payment Terhadap Minat Untuk Berzakat Online," *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 8, no. 2 (2022): 139, https://doi.org/10.29300/aij.v8i2.7751.

[22] Ardiansyah Siregar, Budi Gautama Siregar, and Nurul Izzah, "Determinan Minat Membayar Zakat Melalui Mobile Banking Syariah," *Journal of Islamic Social Finance Management* 3, no. 2 (2022): 163–75, https://doi.org/10.24952/jisfim.v3i2.6176.

[23] Muhammad Fadhil and Lili Puspita Sari, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Membayar Zis Menggunakan Gopay," *Veteran Economics, Management & Accounting Review* 1, no. 1 (2022): 61–73, https://doi.org/10.59664/vemar.v1i1.4829.

perusahaan harus tetap meningkatkan lagi tampilan aplikasi, dan menambah fitur-fitur lain yang menambah nilai guna dari aplikasi *mobile banking*.[24]

Adapun dari Latar Belakang yang telah dipaparkan oleh peneliti diatas dengan tambahan beberapa penelitian sebelumnya dengan hasil penelitian yang beragam, mendorong peneliti untuk meninjau lebih dalam lagi terkait ***Pengaruh Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Untuk Membayar Zakat (Studi Kasus Nasabah BSI Kota Semarang)***

4.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, rumusan masalah dalam penelitian tersebut adalah;

1. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* untuk membayar zakat?
2. Apakah fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* untuk membayar zakat?

4.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan dalam penelitian tersebut adalah;

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan transaksi terhadap minat menggunakan *mobile banking* untuk membayar zakat
2. Untuk mengetahui pengaruh fitur layanan terhadap minat menggunakan *mobile banking* untuk membayar zakat

4.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dituliskan diatas, peneliti mengharapkan adanya manfaat bagi berbagai pihak yang berimplikasi pada teori akademis dan aplikasi praktis :

1. Secara Teoritis
    a. Peneliti berharap agar dapat memiliki kesempatan untuk mempelajari secara mendalam perihal minat nasabah BSI mengenai kemudahan dan fitur layanan yang mereka dapatkan

[24] Ni Wayan Gita and Gede Juliarsa, "Persepsi Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan Minat Ulang Menggunakan Mobile Banking Jenius," *E-Jurnal Akuntansi* 31, no. 8 (2021): 2086, https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i08.p16.

b. Pada penelitian ini dapat diharapkan sebagai media pemberian manfaat untuk pembaca, masyarakat luas serta penulis yang lain melalui informasi untuk penelitian ilmiah selanjutnya dimasa yang akan datang

2. Secara Praktis

a. Bagi akademisi

Dapat memberikan sumbangsih berupa bahan literatur berupa karya ilmiah mengenai bank syariah Indonesia beserta layanannya berupa *mobile banking* dalam menambah pemahaman bagi para akademisi

b. Bagi Bank Syariah Indonesia

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada lini perbankan khususnya Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan kualitas dalam kemudahan akses serta menambah ragam fitur layanan yang disediakan

c. Bagi peneliti

Diharapkan mampu berkontribusi menambah pengetahuan, menambah wawasan, dalam bidang fitur layanan dan produk yang disediakan dalam perbankan syariah serta dapat mengetahui pengaruh perkembangan teknologi informasi dalam dunia perbankan syariah

3. Bagi akademisi

Dapat memberikan sumbangsih berupa bahan literatur berupa karya ilmiah mengenai bank syariah Indonesia beserta layanannya berupa *mobile banking* dalam menambah pemahaman bagi para akademisi

4. Bagi lembaga keuangan syariah

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan evaluasi dalam membantu lembaga untuk menerapkan mekanisme yang relevan terhadap produk serta layanan dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan manajemen ataupun keputusan lainnya.

4.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, perumusan berdasarkan *fenomena research* atau *research gap*, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Mengenai kumpulan teori yang digunakan dalam penelitian seperti landasan teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi sajian uraian mengenai metode penelitian, prosedur, proses, dan hasil penelitian diuraiakan. Menguraikan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Penjelasan singkat mengenai deskripsi objek penelitian, menjelaskan hubungan antara faktor dari data yang diperoleh kemudian diselesaikan menggunakan metode yang telah diusulkan, analisis proses serta hasil pemecahan masalah

BAB V : PENUTUP

Penarikan kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang diberikan untuk penelitian berikutnya, penyimpulan tersebut disajikan secara garis besar dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptanse Model (TAM) adalah sebuah teori berbentuk model penerimaan system IT yang dimanfaatkan secara bebas oleh masyarakat luas. Teori tersebut diperkenalkan pertama kali oleh Davis pada tahun 1986 yang merupakan hasil perkembangan dan pembaharuan dari teori *TRA (Theory of Reasoned)* yang terlebih dahulu dikemukakan oleh Ajaen dan Feishbein (1980). TAM merupakan salah satu dari kumpulan bermacam teori penelitian dalam teknologi yang sering dimanfaatkan dalam pengukuran tingkat penerimaan dan pemahaman konsumen dalam memanfaatkan suatu layanan teknologi yang baru saja dirilis.[25]

Proses adopsi TAM yang berasal dari TRA yaitu yang berbentuk sebuah teori tindakan atau tingkah laku yang beralasan dengan berasumsi bahwa persepsi dan reaksi individu mengenai sesuatu yang kemudian dapat menentukan tingkah laku idividu tersebut. Persepsi dan reaksi individu yang memanfaatkan IT akan dapat berkontribusi mempengaruhi sikap individu tersebut dalam menrima IT.[26]

TAM merupakan salah satu dari penjabaran bentuk dari teori psikologis yang menerangkan tentang perilaku pengguna layanan berbasis IT berlandaskan yang erlandaskan kepada sikap, minat, serta hubungan perilaku pengguna, yang memiliki tujuan untuk mengungkapkan asumsi penerimaan pengguna dan faktor primer dari perilaku pengguna dalam menerima sebuah teknologi informasi.

TAM mampu menjelaskan tentang persepsi konsumen akan menentukan sikap dalam memproyeksikan dan memanfaatkan IT. Model ini dengan gamblang menjelaskan bahwa diterimanya minat untuk menggunakan IT dipengaruhi oleh persepsi kemanfaatan, serta persepsi kemudahan dalam penggunaan.[27]

---

[25] Hm Jogiyanto, *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi* (Yogyakarta: Andi, 2007), 114–15.
[26] Made Wahyu Adhiputra, "Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking" 2, no. 1 (2015): 52–63.
[27] Adhiputra.

Teknologi ini menjelaskan cara pengguna menerima serta memanfaatkan teknologi, TAM memiliki dua variabel utama yaitu :[28]

a. Perceived Ease of Use/PU (Kemudahan dalam Penggunaan)
   Hal ini dapat diartikan jika sejauh mana seseorang percaya jika menggunakan sebuah teknologi bebas dari usaha yang berat. Contohnya nasabah merasakan fitur mobile banking dapat mempermudah dan mempercepat pembayaran zakat.
b. Perceived Usefulness (Manfaat yang Dirasakan)
   Besarnya tingkat kepercayaan seseorang terhadap teknologi dapat membantu meningkatkan kinerjanya, contohnya nasabah tidak memerlukan bantuan pihak lain atau memerlukan waktu yang lama untuk mempelajari teknologi mobile banking.

TAM memiliki beberapa komponen[29]

a. Perceived Ease Of Use (PEOU) : Mempengaruhi Perceived Usefulness (PU) dan Attitude Towars Using
b. Perceived Usefulness (PU) : Mempengaruhi Attitude Toward Using dan langsung mempengaruhi Behavioral Intention to Use
c. Attitude Toward Using : Mempengaruhi Behavioral Intention to Use
d. Behavioral Intention to Use : Mempengaruhi Actual Use

Beberapa kelebihan yang dimiliki oleh TAM :

a. TAM merupakan teori tentang model perilaku yang berguna dalam menemukan jawaban dari pertanyaan mengapa banyak sistem teknologi informasi yang tidak berhasil jika digunakan, karena pemakainya tidak memiliki gairah untuk menggunakannya
b. Konstruksi TAM adalah landasan teori yang kuat
c. Model TAM telah diteliti oleh sekian banyak peneliti yang notabennya setuju mendukung teori ini dan ditarik kesimpulan bahwa TAM adalah model yang baik.[30]

[28] Jogiyanto, *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*, 111.
[29] Fred D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989): 319–40, https://doi.org/10.2307/249008.
[30] Jogiyanto, *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*, 134.

Pada teori adopsi teknologi TAM kemudahan dan fitur layanan adlah dua faktor penting yang dapat mempengaruhi niat seseorang dalam memanfaatkan teknologi tertentu. Kemudahan mendorong kenyamanan dan efisiensi dalam mengakses suatu layanan yang disediakan, sementara fitur layanan mengungkapkan sejauh mana suatu system dapat memnuhi kebutuhan dan mambantu pekerjaan pengguna. Dua variable tersebut adalah hal penting dan dapat mendorong adopsi *mobile banking* terhadap kebutuhan religiusitas para pengguna salah satunya adalah pembayaran zakat.

2.1.2 Theory of Planned Behavior (TPB)

Teori perilaku rencana (Theory of Planned Behavior) TPB merupakan bentuk teori hasil berkembangan lanjutan dari theory of reasoned acion atau (TRA). Teori yang dikembangkan oleh ajzen, pada teori ini dikembangkan sebuah konstruk yang dilakukan oleh ajzen yang belim pernah ada sebelumnya pada TRA. Teori terbarukan tersebut yaitu teori control perilaku persepsian atau TPB sebagaimana berfungsi dalam kontrol perilaku individu yang dibatasi oleh beberapa kekurangan dan keterbatasan yang berasal dari kurangnya sumber daya yang dipakai untuk melakukan tingkah laku tersebut.[31]

Bisa dibilang TPB menjelaskan mengenai niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku ditentukan oleh bebetrapa faktor.

1. Attitude Toward the Behavior
   Sikap individu terhadap perilaku yang akan dilakukan, entah positif ataupun negatif
2. Subjective Norm
   Tekanan berupa pengaruh sosial yang dirasakan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sebuah perilaku
3. Perceived Behavioral Control (PBC)
   Sejauh mana seseorang merasa memiliki kemampuan serta kontrol dalam melakukan sebuah perilaku

[31] Jogiyanto, 61.

2.1.3 Minat

Minat secara etimologi berasal dari bahasa Inggris yaitu *interest* yang berarti kesukaan, sedangkan pada arti terminologi minat adalah perasaan yang cenderung lebih suka yang membuat seseorang fokus fokus terhadap suatu hal. Atau bisa diartikan sebagai sebuah tindakan yang mendorong seseorang yang menyebabkan seseorang tersebut tertarik dengan objek tertentu seperti halnya pekerjaan, pelajaran, benda dan orang.

Pada dasarnya minat berkaitan dengan perspektif tertentu yaitu kognitif, afektif dan motorik yang menjadi cikal bakal motivasi untuk melakukan tindakan yang diinginkan. Kehendak atau minat ini cenderung berkaitan erat dengan hal-hal yang memperoleh keuntungan yang akan menghasilkan kepuasan tersendiri bagi pelaku.

Ada dua jenis minat yang dapat kita temui di kehidupan ini yang pertama adalah minat yang bersifat sementara yaitu kesenangan yang hanya memebrikan kepuasan dan minat yang bersifat tetap (*persistent*) yaitu hal yeng memiliki pengaruh untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan. Intensitas mengekspresikan minat akan memepengaruhi kuatnya minat tersebut pada diri kita, namun minat akan menjadi pupus jika kita kurang dalam mengekspresikannya.[32]

a. Jenis dan Sifat Minat

   i. Personal interest

      Personal interests merupakan aspek yang tahan lama berada pada dalam diri seseorang atau individu, personal interest meliputi : persepsi, keluarga, motivasi keterkaitan, pengetahuan, perilaku, pembelajaran, usia dan *lifestyle* yang berperan krusial dalam hal pengambilan keputusan khususnya jika ditemukan hubungan yang erat dengan resiko yang akan didapatkan dari produk ataupun jasa yang mempunyai fasilitas publik. Persepsi adalah suatu kegiatan individu dalam menerima, menyaring, mengolah serta mengartikan informasi karena setiap individu satu dan lainnya memiliki kemampuan yang berbeda dalam mengartikan segala bentuk informasi, meskipun informasi yang didapatkan sama hal ini karena induvidu merupakan subjek dan sesuatu yang subjektif pastilah akan berbeda.[33]

[32] Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), 978-602-8730-44-0.

[33] Etta Mamang Sangadji; Sopiah, *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi, 2013), 41–42.

ii. Situasional interest

Situational interest merupakan aspek yang berusia lebih singkat dan cenderung sementara, minat ini dipicu oleh suatu keadaan lingkungan sekitar seperti halnya perbedaan, hal-hal baru, tak terduga, hal khusus yang sering menimbulkan minat situasional.[34] Minat tersebut memiliki ciri dan sifat khusus sebagi berikut:

1) Minat bersifat individual berbeda antara satu oarng dan lainnya
2) Minat akan perbedaan
3) Berkaitan dengan motivasi untuk mempengaruhi dan dipengaruhi
4) Bukan hal lahiriah sehinnga dapat diubah.[35]

b. Faktor yang mempengaruhi minat

i. Faktor budaya

Faktor ini memberikan dampak yang paling besar dan hasrat dan tingkah laku konsumen. Tingkah laku manusia dapat dipelajari secara luas ketika individu tumbuh disuatu lingkungan pasti akan sedikit banyak memepelajari dasar yang ditemukannya seperti persepsi, keinginan dan perilaku dari lingkungan terdekat informal dan informal.

Budaya adalah hal yang mempengaruhi perilaku konsumen hal ini terlihat dari pola hidup, kebiasaaan serta tradisi dalam permintaan atas variasi barang dan jasa yang telah ditawarkan.[36]

ii. Faktor sosial

Faktor sosial yang mempengaruhi diantara lain yaitu kelompok referensi, keluarga, peran sosial dan status. Kelompok referensi seluruh kelompok yang berperan mempengaruhi secara langsung maupun tak langsung terhadap tingkah laku, yang berpengaruh secara langsung disebut membership group yaitu dengan siapa saja kita melakukan bentuk aksi reaksi atau komunikasi dua arah ini tergolong kelompok primer jika orang yang didalamnya tidak terbentuk secara resmi, jika sekumpulan anggota tersebut dibentuk secara resmi atau profesional seperti agama atau kelompok persatuan tertenstu disebut kelompok sekunder.

[34] Eva Latipah, *Psikologi Dasar Bagi Guru* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), 163.

[35] Jahja, *Psikologi Perkembangan*, 43–44.

[36] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen : Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 47.

Kelompok referensi memberikan dampak ke anggotanya dengan tiga cara : memperkenalkan tingkah laku dan pola hidup, mempengaruhi konsep diri, dan membuat perasaan nyaman yang mempengaruhi pilihan baik dan buruk, bahkan setiap individu juga dapat dipengauhi kelompok lain diluar kelompoknya. Individu akan mengikuti kelompok (*aspirational group*) sedangkan mereka akan menolak kelompok tersebut (*dissociative group*).[37] Kelompok referensi memberikan pengaruh kepada minat dalam diri seseorang, dengan terbentuknya kelompok referensi inilah akan membantu masyarakat dalam menentukan apa yang mereka inginkan dan gemari. Keluarga berperan sebagai organisasi pembeli konsumen yang terpenting dalam masyarakat.[38]

iii. Faktor Pribadi

Faktor pribadi berhubungan dengan hal internal seperti usia, siklus hidup, pekerjaan, ekonomi, pola hidup, karakter dan konsep diri. Selera individu akan berganti-ganti selama hidup seiring dengan bertambahnya usia mereka. Bertambahnya usia dari lahir hingga meninggal ini disebut siklus hidup, siklus hidup seseorang dibagi dalam dua tahap yaitu siklus hidup tradisional yang meliputi orang muda lajang, pasangan muda dan pasangan muda tanpa anak lain halnya siklus hidup non tradisional seperti pasangan tak menikah, pasangan menikah usia lanjut, pasangan tanpa anak, orang tua tunggal, orang tua dengan anak dewasa yang pulang ke rumah lagi dan sebagainya.[39]

Profesi juga berperan mempengaruhi selera seseorang terhadap barang dan jasa, contohnya pekerja kasar dengan pakaian khusus mereka, pekerja kantor dengan setelan kantor, keadaan ekonomi seseorang yang mempengaruhinya untuk membeli produk sesuai dengan jangkauannya. Gambaran cara hidup seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidup melalui pemanfaatan uang dan waktu yang dimiliki namun dapat diubah adalah Gaya hidup hal ini melebihi kelas sosial dan kepribadian individu.[40]

iv. Faktor Psikologi

[37] Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran : Edisi 13 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2009), 168–70.

[38] Phillip Kotler and Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2008), 206.

[39] Kotler and Amstrong, 207.

[40] Kotler and Amstrong, 208.

Faktor psikologi meliputi motivasi, presepsi pembelajaran dan sikap. Motivasi adalah dorongan yang bersifat internal maupun eksternal yang berperan untuk memutuskan kearah yang akan digapai untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Persepsi adalah cara individu melihat dan mengartikan dunia, persepsi antara satu orang dan lainnya sangatlah berbeda, karena adanya proses penerimaan indera yang menyebabkan pandangan itu berbeda, proses tersebut diantaranya perhatian selektif (menyaring sebagian besar informasi yang diterima), distorsi selektif (menginterpretasikan informasi dengan mendukung apa yang telah diyakini) dan retensi selektif (mempertahankan informasi yang mendukung kepercayaan). Pembelajaran yang akan menjelaskan tingkah laku individu yang berubah sesuai pengalaman yang didapatkan.[41]

2.1.4 Kemudahan

Secara etimologi kemudahan adalah keadaan yang mudah dan atau tidak sulit. Sedangkan secara terminologi kemudahan merupakan keadaan dimana individu yakin ketika dalam menggunakan sesuatu bebas dari kesulitan. Kemudahan berarti individu dapat melakukan sesuatu teknologi tertentu tanpa adanya usaha yang keras atau hanya memerlukan upaya yang sedikit namun sangatlah berarti.[42] Definisi kemudahan lainnya tingkat kepercayaan individu jika sebuah suatu teknologi bisa dioperasikan tanpa memerlukan upaya.[43] Arti lainnya bahwa suatu sistem dibuat dengan tujuan membantu para pengguna dalam menyelesaikan tugasnya dengan lebih mudah dibandingkan tanpa menggunakan sistem atau manual.[44]

Kemudahan dalam pengoprasian sistem informasi tertentu akan memunculkan kenyamaan yang dirasakan oleh para pengguna, lain halnya jika sistem tersebut sulit dalam pengoperasian maka para pengguna cenderung malas dan enggan mengoprasikannya. Hal ini dapat diartikan jika inovasi dalam berteknologi memiliki tujuan untuk memudahkan para penggunanya agar nyaman dan terhindar dari kesulitan. Enam hal pembentuk kemudahan dalam penggunaan[45] :

a. Mudah dalam mempelajarinya

[41] Kotler and Amstrong, 214–18.
[42] Jogiyanto, *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*.
[43] Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."
[44] Abdul Kadir, *Pengenalan Sistem Informasi* (Yogyakarta: Andi, 2003).
[45] Jogiyanto, *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*.

b. Mudah dalam pengaturan/control
c. Jelas adanya dan sangat mudah dimengerti
d. Fleksibilitas
e. Mudah dalam penggunaan
f. Sangat mudah jika digunakan dengan para ahli

Dari berbagai pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan merupakan bentuk keyakinan individu dalam mengoperasikan sebuah sistem teknologi dengan mudah karena sistem teknologi tersebut diciptakan bertujuan untuk memudahkan penggunanya.

Kemudahan dalam pemanfaatan produk berkaitan dengan tingkat kesukaran atau kesulitan dalam pemanfaatan produk, dimana ketika konsumen memiliki persepsi sebuah produk mudah digunakan, sehingga mereka akan memilih untuk menggunakan produk tersebut.[46]

Kemudahan dalam *mobile banking* yaitu bentuk keyakianan seseorang dalam menggunakan *mobile banking* dapat mengurangi upaya seperti tenaga dan waktu serta dapat mengoperasikannya dengan mudah dan dapat dipahami sehingga terhindar dari kesusahan saat melakukan kegiatannya yaitu bertransaksi.

Dalam perspektif agama islam kemudahan telah dikaruniakan oleh Allah yang merupakan sang pencipta dan penguas alam semesta. Segala bentuk kemudahan yang telah ada merupakan kehendak dari yang maha kuasa yaitu Allah SWT. Orang yang meyakini adanya Allah dan berpegang teguh denganajaran islam memiliki karakteristik yang berpegangan dengan hukum islam.

Hukum islam yang memiliki sifat rabbani, mudah, realitas dan tidak ada yang membebani kemampuan seseorang. Al Quran dan Hadist sebagai landasan umat muslim menjelaskan jika kemudahan merupakan sebuah prinsip yang sangat penting dalam islam. Allah SWT mengkaruniai kemudahan bagi umatnya supaya mereka dapat menjalankan ibadah dengan tekun.

Berdasarkan Firman Allah SWT dalam qs. Al- Insyirah ayat 5-6 :

Surat al-Insyirah Ayat 5-6

[46] Sulistiyono, "Analisis Pengaruh Kegunaan Produk, Kemudahan Penggunaan Produk Dan Pergaulan Sosial Terhadap Minat Mereferensikan Pada Produk Blackberry Di Kota Semarang," *Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang* (Diponegoro University, 2011), https://repofeb.undip.ac.id/id/eprint/5422.

يُسْرًا ٱلْعُسْرِ مَعَ فَإِنَّ

Artinya: Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,

يُسْرًا ٱلْعُسْرِ مَعَ إِنَّ

Artinya : sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

Dalam penggalan ayat tersebut berarti setiap kesukaran yang dihadapi pasti akan menimbulkan kemudahan hal ini dikarenakan senantiasa berlindung dan memohon ampun kepada Allah SWT agar segalanya dimudahkan.

Jika dihubungkan dengan *mobile banking* maka berarti bahwa dahulu para nasabah akan menemui kesulitan dalam bertransaksi jika melalui teller di kantor cabang maka hanya bisa saat jam operasional, sedangkan nasabah memiliki urusan lain yang membuat para nasabah tidak sempat menuju kantor cabang untuk bertransaksi melalui teller, maka hadirlah ATM melalui ATM bisa bertransaksi hingga malam hari namun para nasabah membutuhkan waktu lagi jika ke ATM harus mencari dahulu dan terkadang ramai oleh nasabah lain yang akan bertransaksi, maka dari itu demi memudahkan nasabah terciptalah *mobile banking*, dengan *mobile banking* para nasabah hanya memerlukan *handphone*, aplikasi dan jaringan internet mereka akan dengan mudah untuk bertransaksi.

2.1.5 Fitur Layanan

Fitur layanan dalam etimologi berarti karakter khusus yang disediakan oleh layanan dengan tujuan sebagai poin tambahan sedangkan dalam terminologi fitur layanan merupakan ciri pembeda layanan satu dengan layanan yang lainnya maka dari itu konsumen dapat bebas memilih layanan mana yang paling cocok dengan preferens mereka.

Fitur adalah ciri khusus dari bertambahnya fungsi suatu produk, dengan adanya kecanggihan fitur dapat dijadikan alasan untuk pengguna dalam memilih produk, sedangkan layanan adalah kinerja yang bisa ditawarkan dari satu pihak kepada yang lain dan tidak berbentuk dan tidak ada hasil berbentuk kepemilikan tertentu oleh sebab itu perusahaan penyedia layanan tersebut harus terus berinovasi *upgrade* perkembangan produk yang akan ditawarkan kepada konsumen.[47]

[47] Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, and Usep Suhud, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)," *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 6, no. 1 (2015): 440–56, https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06.

Fitur berisi unsur yang harus dimiliki produk karena berperan penting dan dijadikan sebagai dasar dalam mengambil keputusan. Alasan konsumen menggunakan sebuah layanan karena adanya fitur beragam yang bermanfaat pada bergunanya suatu produk. Bagi penyedia layanan fitur bisa jadi berperan sebagai pembeda dengan produk yang ditawarkan oleh kompetitor lain karena memiliki ciri khas tersendiri. Fitur merupakan hal utama yang jadi pertimbangan jika akan membeli sesuatu, seseorang akan menyelaraskan fitur yang terdapat pada produk dengan hal yang ditawarkan.[48]

Dengan bermacam inovasi yang dimiliki oleh penyedia jasa layanan sehingga akan ditampilkan melalui berbagai fitur produk melalui *mobile banking* yang diharapkan dapat memberikan pelayanan yang maksimalsehingga dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Apabila nasabah dapat dipenuhi kebutuhannya mereka akan merasa terbantu oleh ketersediaan fitur layanan yang ada pada menu *mobile banking* kemudahan nasabah dalam menggunakan layanan mobile juga harus diperhatikan saat menggunakan layanan tersebut.

Fitur layanan yang terdapat pada *mobile banking* ada dua pertama layanan informasi yang membantu nasabah dalam pengecekan saldo, melihat mutasi rekening, tagihan kartu kredit, kenaikan dan penurunan suku bunga serta lokasi kantor cabang dan mesin ATM terdekat. Sedangkan layanan kedua berisi fitur layanan untuk bertransaksi seperti hal nya transfer, pembayaran tagihan kartu, dan pembayaran transaksi online.[49]

Beberapa konstruk yang menjadi indikator yang menjadi indikator ketersediaan fitur (*feature avability*) diantaranya;[50]

a. Kemudahan dalam mengakses informasi mengenai produk dan jasa
   Kemudahan nasabah dalam mengakses informasi mengenai produk barang atau jasa yang tersedia dan diperlukan oleh mereka
b. Keberagamanan layanan transaksi yang tersedia
   Variasi yang tersedia dapat menambah kepuasan para pengguna layanan karena layanan tersebut bisa memenuhi apa yang dibutuhkan nasabah
c. Keberagaman fitur yang disediakan

[48] Kotler and Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*.
[49] Otoritas Jasa Keuangan, *Bijak Ber E-Banking* (Jakarta, 2015), 13.
[50] 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.

Varisi dari berbagi produk yang ditawarkan oleh penyedia bagi para pengguna

d. Inovasi terhadap produk

Segala upaya yang diusahakan oleh penyedia jasa untuk meningkatkan mutu, mengenbangkan dan memperbaiki apa yang telah dibuat selama ini.

2.1.6 Pengertian Bank Syariah

Secara etimologi kata "bank" berasal dari bahasa italia yaitu *banco* yang berarti bangku atau meja. Bangku tersebut maksudnya adalah kursi yang dimanfaatkan oleh para petugas bank atau bankir untuk berkegiatan melayani operasional bank kepada para nasabah. Di abad 12 *banco* di italia diartikan sebagai meja, *conteratau* tempat usaha untuk menukarkan uang atau sering disebut *money changer*.[51] Hal tersebut berarti fungsi transaksi yaitu untuk bertujuan menukarkan uang jika dalam ruang lingkup bisnis yang luas yaitu untuk membayar barang atau jasa. Hal tersebut dianut sampai saat ini untuk mendeskripsikan tempat untuk transaksi antara bank dan nasabah dengan produk barang atau jasa yang ditawarkan. Bank adalah suatu lembaga perantara keuangan.[52]

Pengertian bank secara terminologi adalah bank merupakan lembaga keuangan yang berfungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat melalui simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atapun bentuk yang lain hal ini terkandung dalam Undang-Undang No. 10 tahu 2008.[53]

Bank Syariah merupakan bank yang dalam prinsip kerja operasionalnya mengikuti konsep muamalah sesuai dengan ajaran Al-Quran dan Hadist.[54] Bank syariah merupakan lembaga keuangan syariah yang menyediakan produk produk keuangan dan perbankan, investasi dalam berbagai sektor yang sesuai dengan pedoman prinsip syariah dan memiliki tujuan untuk merealisasikan pertumbuhan sosial dan ekonomi umat muslim.[55]

---

[51] F E [ed] Perry, *Thomson's Dictionary of Banking . Eleventh Edition* (London: Pitman, 1965), 45.

[52] Setia Budi Wilardjo, "Pengertian, Peranan Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia," *Unimus* 2, no. 1 (2004): 1.

[53] bphn, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan," 1998, https://bphn.go.id/data/documents/98uu010.pdf.

[54] Moh. Ali Wafa, "Hukum Perbankan Dalam Sistem Operasional Bank Konvensional Dan Bank Syariah," *Kordinat: Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam* 16, no. 2 (2017): 257–70, https://doi.org/10.15408/kordinat.v16i2.6441.

[55] Mohamad Ainun Najib, "Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah," *Jurisprudence*, n.d., https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.23917/jurisprudence.v7i1.4351.

Bank beroprasi sesuai dengan prinsip agama islam yang mengacu pada ketentuan Al-Quran dan Hadist. Sistem yang digunakan dalam muamalah tersebut adalah sistem bagi hasil. Allah telah meriwayatkan bahwa bunga itu adalah riba dan riba itu adalah haram hukumnya hal ini tertuang dalam QS. Al-Baqarah ayat 275

مِثْلُ الْبَيْعُ مَاإِذَّ قَالُوْا بِاَنَّهُمْ ذٰلِكَ الْمَسِّ مِنَ الشَّيْطٰنُ يَتَخَبَّطُهُ الَّذِيْ يَقُوْمُ كَمَا اِلَّا يَقُوْمُوْنَ لَا الرِّبٰوا يَأْكُلُوْنَ اَلَّذِيْنَ
وَمَنْ اللّٰهِّ اِلَى وَاَمْرُهٗ سَلَفَّ مَا فَلَهٗ فَانْتَهٰى رَّبِّهٖ مِّنْ مَوْعِظَةٌّ جَآءَهٗ فَمَنْ الرِّبٰوا وَحَرَّمَ بَيْعَالْ اللّٰهُ وَاَحَلَّ الرِّبٰوا
٢٧٥ خٰلِدُوْنَ فِيْهَا هُمْ النَّارِّ اَصْحٰبُ فَاُولٰٓئِكَ عَادَ

Artinya : “ orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari tuhannya, lalu ia berhenti, maka apa yang telah diperoleh dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal didalamnya.

Menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 bank syariah didefinisikan sebagai lembaga keuangan syariah yang dalam prinsip operasionalnya menggunakan sistem bagi hasil, Undang- Undang ini merupakan hasil revisi dari Undag – Undang No.7 Tahun 1992.

UU No. 21 tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah mengemukakakn pengertian bank syariah. Perbankan syariah merupakan segala sesuatu yang menyangkut bank syariah unit usaha syariah mencakup kelembagaan mencakup kegiatan usaha, serta tata cara dan proses di dalam melaksnakan kegiatan usahanya. Menurut jenisnya bank syariah terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah) dan BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syariah). Dalam operasionalnya bank syariah sangat ditentukan oleh prinsip syariah dilarang keras adanya produk yang bertentangan dengan syariah. Beberapa fungsi yang dimiliki bank syariah :

i. Menghimpun dana yang dimiliki oleh masyarakat
ii. Menyalurkan dana kepada masyarakat
iii. Memberikan pelayanan jasa bank

2.1.7 Pengertian *Mobile Banking*

Mobile banking secara etimologi dari kata *mobile* yaitu kemampuan dalam berpindah tempat yang tidak terbatas sedangkan banking adalah kegiatan transaksi perbankan, bisa diartikan bahwa *mobile banking* adalah kegiatan pemanfaatan

layanan perbankan yang fleksibel melalui perangkat seluler. Sedangkan pengertian secara terminologi merupakan layanan berbasis perbankan yang berperan dalam membantu nasabah dalam kemungkinan untuk melakukan berbagai macam transaksi keuangan dengan memanfaatkan *smartphone* sebagai medianya.

Fitur yang disediakan bank dengan tujuan agar par nasabah tidak perlu lagi menuju ke bank untuk melakukan transaksi. Fasilitas *mobile banking* dapat diakses menggunakan gawai seluler yang bisa mengikuti pergerakan penggunanya *mobile banking* menyediakan segala fungsi perbankan sama dengan yang disediakan oleh ATM kecuali pengambilan uang tunai. OJK menyatakan bahwa *mobile banking* adalah bentuk inovasi terbarukan yang dikembangkan melalui riset dengan tujuan untuk membantu nasabah dalam transaksi keuangan dan perbankan lewat telepon seluler.[56] Cek saldo, informasi dan mutasi, transfer dana, serta informasi dan layanan perbankan lainnya yang beragam dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Kelebihan dalam menggunakan *Mobile Banking*;

a. Akses mudah tanpa perlu menuju ke ATM ataupun Bank
b. Praktis dapat diakses dimana saja
c. Dilengkapi dengan sistem perlindungan yang menjamin keamanan tinggi
d. Penggunaan bersahabat
e. Nyaman

Kekurangan dalam menggunakan *mobile banking*, hal ini sangat mudah dilihat yaitu sangat amat bergantung dengan jaringan seluler entah itu wifi atau data seluler. Jika tidak terdapat jaringan, maka *mobile banking* sangat tidak berguna karena tidak dapat digunakan dan diakses. Beberapa kekurangan mobile banking adalah sebagai berikut :

a. *Technology risk* (kebobolan sistem keamanan)
b. *Reputatin risk* (*corporate image* dari bank bila layanan tidak berjalan dengan lancar dan baik)
c. *Outsourcing risk* (bank yang memanfaatkan pihak ketiga untuk *provider* sering memunculkan gangguan pada layanan di suatu waktu)
d. *Legal risk* (aspek hukum dalam mengatur mobile banking belum jelas)

[56] Otoritas Jasa Keuangan, *Bijak Ber E-Banking*.

Mobile banking adalah layanan digital dalam perbankan yang memanfaatkan teknologi informasi, layanan tersebut disediakan oleh perusahaan perbankan dengan bertujuan untuk membantu kemudahan bertransaksi nasabahnya.

Sistem layanan dihadirkan oleh lembaga keuangan agar dapat lebih mudah diakses oleh nasabah menggunakan *handphone*, berkaca dari tuntutan hidup nasabah yang sering melakukan transaksi secara berkala dan bertujuan untuk membantu kegiatan bisnis mereka bank menghadirkan layanan *m-banking* untuk mendukung kegiatan nasabah agar lebih mudah, cepat, efisien. Fitur yang dapat diakses m-banking meliputi mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat); dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya.

2.1.8 Zakat

a. Pengertian Zakat

Zakat secara etimologi berasal dari bahasa Arab *zaka* yang dapat diartikan sebagai berkah, tumbuh, bersih, baik dan bertambah. Di dalam fikih dilihat secara terminologi zakat merupakan sebutan atau nama bagi sejumlah harta tertentu yang dimiliki seseorang serta memiliki kewajiban diatur dalam al-quran agar dapat disalurkan kepada orang yang membutuhkan (mustahiq) oleh orang yang wajib menyalurkan (muzakki).[57]

Dalam segi ibadah zakat disebut dengan ibadah Maaliyah Ijtima'iyyah, yang memiliki arti ibadah pada bidang harta yang mempunyai peran penting dalam membantu membangun masyarakat. Hal ini berarti jika dapat mengolah zakat dengan baik dari segi pengambilan, penghimpunan, dan penyaluran, pasti akan bermanfaat mengangkat kesejahteraan masyarakat.[58]

Menurut Asy-Syaukani, zakat merupakan pemberian sebagian harta kekayaan yang jumlahnya sudah mencapai nishab kepada orang miskin dan tidak memiliki sifat yang bisa dicegah oleh syara'. Menurut sayyid sabiq, zakat merupakan penyebutan bentuk hak Allah yang dikeluarkan bertujuan untuk diberikan kepada orang yang tergolong fakir miskin.

[57] Umrotul Khasanah, *Manajemen Zakat Modern: Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat* (Malang: UIN-Maliki Press, 2010), 34.

[58] Didin Hafidhuddin, *Zakat Dalam Perekonomian Moderen* (Depok: Gema Insani, 2008), 120.

b. Hukum Zakat

بَصِيْرٌ نَتَعْمَلُوْ بِمَا اللّٰهَ اِنَّ اللّٰهِۗ عِنْدَ تَجِدُوْهُ خَيْرٍ مِّنْ لِاَنْفُسِكُمْ تُقَدِّمُوْا وَمَا الزَّكٰوةَۗ وَاٰتُوا الصَّلٰوةَ وَاَقِيْمُوا
﴿١١٠﴾

Artinya: “Dan dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. kebaikan apa saja yang kamu usahakan bagi dirimu, tentu kamu akan mendapat pahala nya pada sisi Allah. Sesungguhnya Allah Maha melihat apa-apa yang kamu kerjakan.”
Ayat tersebut menjelaskan jika kita sebagai umat muslim hasruslah menunaikan sholat serta membayar zakat serta melakukan hal-hal baik akan mendapatkan pahala dari Allah.

Allah memerintahkan umat muslim untuk mengerjakan hal baik sehingga bermanfaat bagi mereka dan pahalanya untuk mereka sendiri di hari kiamat kelak, hal baik da bermanfaat tersebut meliputi menunaikan sholat dan zakat sehingga Allah memberikan mereka kemenangan pada kehidupan di dunia dan di hari akhir.

c. Jenis Zakat

i. Zakat Fitrah

Zakat yang wajib bagi umat muslim dan harus diberikan pada akhir puasa ramadhan, ummat muslim yang termasuk adalah pada usia kecil hingga dewasa, laki-laki dan perempuan. Zakat yang diberikan berbentuk bahan pokok yang dikeluarkan selama bulan ramadhan oleh setiap muslim bagi dirinya maupun orang lain, di Indonesia makanan pokoknya adalah nasi oleh karena itu, fitrah di Indonesia setara dengan beras 3,5 liter beras.

ii. Zakat Mall

Zakat mal meliputi harta benda seperti emas, perak, binatang serta tumbuhan atau biji bijian dan barang perniagaan atau saat ini seperti uang. Seseorang muslim dapat dikatakan wajib membayar zakat mal ketika penghasilannya telah mencapai nishab zakat pendapatan atau sebesar 85 gram emas pertahun dengan kadar 2,5% dari penghasilannya.

Berdasarkan konsep kemudahan, minat, zakat dan *mobile banking* dapat disimpulkan bahwa minat menggunakan *mobile banking* merupakan keinginan sadar individu untuk memanfaatkan teknologi informasi pada layanan *mobile banking* dalam menggunakan akses dengan mudah untuk kegiatan transaksi seperti berzakat. Minat perilaku menggunakan teknologi merupakan keinginan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu dengan menggunakan teknologi. Indikator dari variabel minat adalah

keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut dimasa yang akan datang.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Qoes Atieq, Eva Nurpian, Januari 2022.[59]	Pengaruh Kemudahan penggunaan, Manfaat, dan Resiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah	Kemudahan	Variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa mudah atau tidaknya penggunaan *mobile banking* tidak mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking*
2.	Faizal Huda Ramadhan, Firly Rio Triono, September 2022.[60]	Pengaruh Fitur *Online Payment* Terhadap Minat Untuk Berzakat Online	Fitur Layanan	Secara parsial telah diuji dan didapatkan hasil bahwa variabel independen *(Online Payment)* tidak memberi pengaruh terhadap variabel dependen (Minat untuk Berzakat Online).
3.	Ardiansyah Siregar, Budi Gautama Siregar, dan Nurul Izzah Juli –	Determinan Minat Membayar Zakat Melalui *Mobile Banking* Syariah	Kemudahan	Variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat membayar zakat melalui *mobile banking*, dikarenakan hasil uji t yang dilakukan

[59] Atieq and Nurpiani, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah."
[60] Ramadhan and Triono, "Pengaruh Online Payment Terhadap Minat Untuk Berzakat Online."

	Desember 2022[61]			bertolak belakang dengan pengertian persepsi kemudahan
4.	Muhammad Fadhil Lili Puspita Sari 2022[62]	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Membayar ZIS Menggunakan *GoPay*	Kemudahan	variabel kemudahan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar ZIS menggunakan *GoPay*. Masyarakat merasa bahwa kemudahan dalam pembayaran ZIS menggunakan *GoPay* tidak dirasakan walaupun *GoPay* menyediakan teknologi serta fitur yang canggih di dalamnya
5.	Ni Wayan Gita, Gede Juliarsa Agustus 2021[63]	Persepsi Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Minat Ulang Menggunakan *Mobile Banking* Jenius	Kemudahan	Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh pada minat ulang menggunakan aplikasi *mobile banking* Jenius. Variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan pada minat ulang menggunakan mobile banking, sekiranya pihak perusahaan harus tetap meningkatkan lagi tampilan aplikasi, dan menambah fitur-fitur lain yang

[61] Siregar, Siregar, and Izzah, "Determinan Minat Membayar Zakat Melalui Mobile Banking Syariah."
[62] Fadhil and Sari, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Membayar Zis Menggunakan Gopay."
[63] Gita and Juliarsa, "Persepsi Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan Minat Ulang Menggunakan Mobile Banking Jenius."

				menambah nilai guna dari aplikasi *mobile banking*
6.	Nindya mustika Rosana Eri Pustpita August 2020[64]	*Analysis Of Factors Influencing The Intention To Use Bank Syariah Indonesia Mobile Banking With Trust As Mediation*	Kemudahan dan Fitur Layanan	Kemudahan penggunaan, fitur layanan islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*
7.	Amatun Nur Makmuriyah, Kartika Marella Vanni 2020[65]	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Semarang)	Kemudahan dan Fitur Layanan	Setiap faktor (kemudahan, resiko, fitur layanan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan layanan *mobile banking*
8.	Sofyan dan Hakim Indah Rahmanungsih November 2022[66]	Pengaruh Layanan Fitur Berbagi ZISWAF Terhadap Preferensi Nasabah Dalam Menyalurkan Donasi di BSI Kotawaringin Timur	Fitur Layanan	Variabel layanan fitur berbagi Ziswaf berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi nasabah dalam menyalurkan donasi

[64] Nindya Mustika and Rosana Eri Puspita, "Analysis Of Factors Influencing The Intention To Use Bank Syariah Mobhile Banking With Trust As Mediation," *Dinar: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 7, no. 2 (2020): 14–35, https://doi.org/https://doi.org/10.21107/dinar.v7i2.9995.

[65] Amatun Nur Makmuriyah and Kartika Marella Vanni, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking," *Eduka: Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis* 5, no. 1 (2020): 37.

[66] Sofyan Hakim and Indah Rahmanungsih, "Pengaruh Layanan Fitur Berbagi Ziswaf Terhadap Preferensi Nasabah Dalam Menyalurkan Donasi Di BSI BSI Kotawaringin Timur," *Cemerlang: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis* 2, no. 4 (2022): 43–54.

9.	Denisa Arwanita 2022[67]	Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf Melalui BSI Mobile (Studi Pada Nasabah BSI KCP Bandar Lampung Kedaton)	Kemudahan	Variabel kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan membayar ZISWAF melalui *BSI Mobile*, hal ini berarti semakin tinggi tingkat kemudahan maka keputusan membayar ZISWAF melalui *BSI Mobile* akan meningkat
10.	Putri Imaniar (2022)[68]	Analisis Pengaruh Kualitas dan Ketersediaan Fitur Layanan *BSI Mobile* Terhadap Efisiensi nasabah dalam Pembayaran ZISWAF (Studi kasus nasabah BSI KCP Bandar Lampung Kedaton)	Fitur Layanan	Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan variabel fitur layanan tidak berpengaruh secara positif signifikan terhadap efisiensi nasabah dalam pembayaran ZISWAF

2.3. Kerangka Berpikir

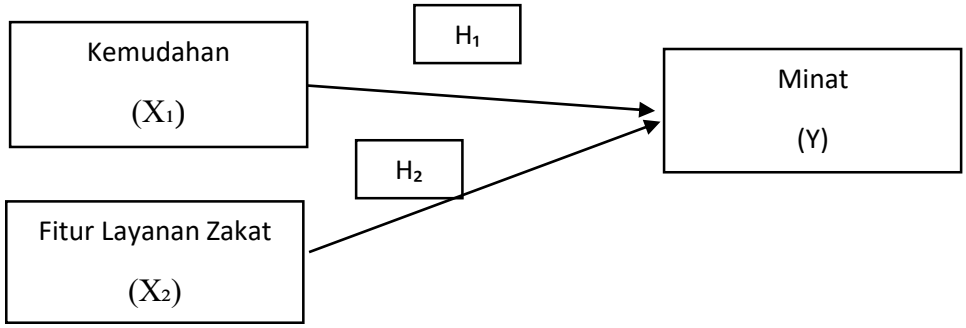
Kerangka berpikir dalam penelitian ini akan menjelaskan bahwa kecenderungan minat yang dipengaruhi oleh dua buah faktor yaitu Kemudahan dan Fitur Layanan. Secara Sederhana kerangka berpikir dapat dijelaskan secara sederhana, melalui gambar dibawah ini:

kerangka berpikir dapat dijelaskan secara sederhana, melalui gambar dibawah ini:

[67] Denisa Arwanita, "Pengaruh Manfaat Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat Infaq Sedekah Dan Wakaf Melalui BSI Mobile," *UIN Raden Intan Lampung,* 2022.

[68] putri imaniar, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Ketersediaan Fitur BSI Mobile Terhadap Efisiensi Nasabah Dalam Pembayaran Zakat, Infaq, Sedekah, Dan, Wakaf(ZISWAF) (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bandar Lampung Kedaton)*, *Braz Dent J.*, 2022.

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian



2.4.Hipotesis

2.4.1. Kemudahan terhadap minat menggunakan Mobile Banking untuk membayar zakat secara online

Kemudahan adalah tingkat kepercayaan seseorang terhadap sebuah teknologi yang dapat dimanfaatkan tanpa adanya usaha atau jerih payah tertentu.[69] Atau sebuah sistem yang sengaja dibuat untuk membantu pengguna dalam menyelesaikan tugasnya dengan mudah dibandingkan tanpa menggunakan sistem atau menggunakan cara manual,[70] kemudahan dapat dirasakan oleh pengguna jika : mudah dipelajari, mudah diatur atau kontrol, jelas dan mudah dimengerti, fleksibel, mudah digunakan, mudah digunakan oleh para ahli.[71]

Jika pengguna tidak merasakan berbagai hal tersebut dalam penggunaan mobile banking maka dalam penggunaan ditemui kata susah atau rumit. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Denisa Arwanita di tahun 2022 telah mengemukakakn hasil jika variabel kemudahan berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat nasabah dalam pembayaran ZISWAF, karena dapat diartikan jika semakin banyak kemudahan yang dirasakan oleh nasabah maka akan membuat minat nasabah untuk membayar ZISWAF melalui BSI Mobile semakin meningkat. Berlandaskan hal tersebut, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

[69] Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

[70] Kadir, *Pengenalan Sistem Informasi*, 41.

[71] Jogiyanto, *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*, 114.

H1 : Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Mobile Banking untuk membayar zakat secara online

2.4.2. Fitur Layanan terhadap minat menggunakan Mobile Banking untuk membayar zakat secara online

Fitur layanan adalah hal yang dipertimbangkan seseorang jika membeli suatu produk. Seseorang akan menyelaraskan fitur pada produk dengan taksiran yang ditawarkan Fitur berisi karakteristik unsur yang harus ada dan terkandung didalam suatu produk hal ini dikarenakan unsur tersebut berperan penting atau dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Alasan dasar konsumen memakai suatu layanan dikarenakan adanya unsur fitur yang beraneka ragam yang berfungsi sebagai manfaat pada bergunanya suatu produk. Pada penyedia jasa layanan fitur bisa berperan sebagai unsur yang membedakan dengan produk yang ditawarkan oleh kompetitor karena mempunyai ciri yang khas. Fitur adalah unsur pokok yang dijadikan sebagai pertimbangan jika akan membeli sesuatu, seorang pembeli akan menselaraskan fitur yang tersedia di sebuah produk dengan hal yang telah ditawarkan.[72]

Ada beberapa hal yang dinyatakan sebagai indikator tersedianyan fitur layanan, hal tersebut adalah : mudahnya akses informasi tentang produk, keanekaragaman layanan yang tersedia, variasi fitur yang disediakan, dan inovasi terhadap produk.[73] Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sofyan dan Hakim Indah Rahmanungsih pada tahun 2022 Layanan fitur Berbagi Ziswaf berpengaruh positif terhadap Preferensi Nasabah dalam Menyalurkan Donasi di BSI Kota Waringin Timur, maka hal ini berarti semakin banyak fitur yang tersedia maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* untuk berzakat.[74] Berlandaskan hal tersebut maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Fitur Layanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Mobile Banking untuk membayar zakat secara online

[72] Kotler and Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*, 349.

[73] Iqbal, Heriyani, and Urrahmah, "Pengaruh Kemudahan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking."

[74] Hakim and Rahmanungsih, "Pengaruh Layanan Fitur Berbagi Ziswaf Terhadap Preferensi Nasabah Dalam Menyalurkan Donasi Di BSI BSI Kotawaringin Timur."

BAB III

METODE PENELITIAN

4.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Data

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang telah dijelaskan dalam sub bab sebelumnya serta mengacu pada hasil penelitian nanti maka penelitian ini tergolong kedalam penelitian atau pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan oleh seorang peneliti dalam meneliti populasi atau sampel, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan menguji hipotesis yang telah dimunculkan sebelumnya.[75]

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel, verifikasi teori, dan generalisasi. Jenis penelitian ini merupakan penelitian asosiatif untuk mengetahui keterkaitan atau hubungan antara dua variabel yaitu variabel independen atau (X) yakni kemudahan (X1) dan fitur layanan (X2) dengan Variabel dependent yakni minat nasabah membayar zakat menggunakan *Mobile Banking* (Y).[76]

3.1.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber yang digunakan adalah data primer, data tersebut didapatkan secara faktual langsung dari sumber asli tanpa adanya campur tangan perantara. Data primer tersedia berupa opini subjek secara individual ataupun kelompok serta hasil observasi.[77] Data primer diperoleh langsung melalui persebaran kuisioner secara langsung kepada nasabah BSI Kota Semarang yang bersedia mengisi kuisioner dan menjadi responden.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian yang mempunyai karakteristik tertentu, jika seorang peneliti melakukan penelitian, pada semua elemen yang berada dalam wilayah penelitian.[78] Populasi dibagi menjadi dua yaitu populasi tak terhingga dimana objek tak terhitung jumlahnya dan populasi terhingga dimana objek terhitung jumlahnya. Dalam penelitian ini termasuk populasi tak terhingga karena tidak bisa

---

[75] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2013), 11.

[76] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2018), 5, https://www.brainacademy.id/blog/penelitian-kuantitatif.

[77] Muchamad Fauzi, *Metode Penelitian Kuantitatif : Sebuah Pengantar* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 165.

[78] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Edisi Revisi 2010 : Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 173.

dipastikan jumlahnya secara pasti, penelitian ini menggunakan objek para nasabah BSI Kota Semarang yang menggunakan *mobile banking* ataupun yang tidak menggunakan *mobile banking* yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya.

3.2.2 Sampel

Teknik sampling adalah cara atau teknik yang digunakan dalam menentukan sebuah sampel penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.[79]

Jika populasi berjumlah terlalu besar tidak mungkin untuk menjangkau semua populasi, misalnya terbatas kondisi, waktu dan tempat seperti saat ini perijinan yang rumit dari lembaga yang ditetapkan di waktu dan tempat tertentu. Maka peneliti dapat menggunakan rumus sampel dari populasi tersebut, maka peneliti menggunakan teknik accidental sampling yaitu metode dalam pengambilan sample secara kebetulan oleh peneliti, peneliti yakin bahwa orang tersebut lyak menjadi sumber informasi.[80]

Perhitungan sampel memakia rumus Lemeshow digunakan untuk menghitung jumlah sampel jika populasi tidak diketahui secara pasti didalam penelitian tersebut memiliki kriteria yang dapat digunakan, sebagai berikut :

a. Nasabah BSI Kota Semarang
b. Nasabah BS1 Kota Semarang yang menggunakan ataupun tidak menggunakan *Mobile Banking*
c. Nasabah BSI Kota Semarang berusia 25 hingga 44 tahun

Dalam perhitungan jumlah populasi yang memakai rumus Lemeshow sebagai berikut :

$$\text{n } = \frac{Z^2.P.(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal Estimasi

d = Tingkat Kesalahan

[79] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 81.
[80] Sugiyono, 85.

Dari rumusan tersebut diatas maka penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow dengan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 10%

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

$$n = \frac{3{,}8416 . 0{,}5 . 0{,}5}{0{,}1^2}$$

$$n = \frac{0{,}9604}{0{,}1^2}$$

$$n = 96{,}04$$

$$n = 96$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka jumlah sapel yang diperoleh untuk membantu memudahkan proses penelitian adalah 96 responden.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif memanfaatkan sumber data primer yang berbentuk kuisioner. Instrument yang dapat digunakan dalam mengumpulkan data primer pada penelitian ini yaitu kuisioner (angket) yang merupakan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan susunan pertanyaan tertutup berbentuk tulisan yang telah disusun penulis kepada para responden dengan bertujuan untuk dijawab oleh para responden agar sesuai dengan tujuan penelitian.

Kuisioner atau angket tersebut merupakan instrument pengumpulan data yang bersifat efektif dan efisien jika peneliti paham dengan variable yang diukur dan paham akan apa yang dapat diharapkan oleh para responden.[81] Pada penelitian ini peneliti memberikan kuisioner yang berisi susunan pertanyaan kepada responden yang memenuhi kriteria yaitu nasabah BSI Kota Semarang.

3.3.1 Variabel Penelitian dan Pengukuran

Susunan Kuisioner yang digunakan oleh peneliti adalah hasil pengembangan dari kuisioner penelitian terdahulu melalui adopsi hasil penelitian sebelumnya dan berpatokan pada indikator teoritis yang ada. Dalam penyebaran kuisioner peneliti memilih memakai skala linkert untuk untuk mengukur jawaban responden. Skala

[81] V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonom* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2015), 94.

linkert merupaka skala yang digunakan untuk penggunaan skor 1-5, hal ini untuk menghilangkan jawaban ambigu dari responden. Nilai sekala Linkert yang dipakai yaitu antara 1-5, skor yang digunakan dalam masing-masing pertanyaan yaitu :

1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

2 : Tidak Setuju (TS)

3 : Netral (N)

4 : Setuju (S)

5 : Sangat Setuju (S)

3.3.2 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variable penelitian	Definisi	Indikator	Skala pengukuran
Kemudahan (X1) Nindya mustika dan Rosana Eri Pustpita (2020)	Kemudahan adalah bentuk kepercayaan seseorang kepada teknologi terkini terbarukan yang mudah dalam penggunaannya tanpa menggunakan usaha keras dari pengguna.[82]	1. Easy To Use 2. Easy To Learn 3. Flexible	Diukur dalam skala linkert dengan besaran skor 1-5 dari mulai sangatbtidak setuju(STS) sampai dengan Sangat Setuju(SS)
Fitur layanan (X2) Nindya mustika dan Rosana Eri Pustpita (2020)	Fitur adalah perangkat interaktivitas nasabah dan kriteria penting yang dapat	1. Informasi Layanan 2.Keanekaragaman Layanan 3. Inovasi Layanan	Diukur dalam skala linkert dengan besaran skor 1-5 dari mulai sangatbtidak setuju(STS) sampai

[82] Mustika and Puspita, "Analysis Of Factors Influencing The Intention To Use Bank Syariah Mobhile Banking With Trust As Mediation."

	menarik nasabah dalam layanan *mobile banking*.[83]		dengan Sangat Setuju(SS)
Minat (Y) Nindya mustika dan Rosana Eri Pustpita (2020)	Sebuah bentuk keinginan yang dimiliki oleh individu dalam melakukan suatu hal yang dapat dilihat dari perilakunya terhadap otang lain disekitar.[84]	1. Minat Transaksional 2. Minat Eksploratif 3. Minat Referensi 4. Minat Kontinuitas	Diukur dalam skala linkert dengan besaran skor 1-5 dari mulai sangat tidak setuju(STS) sampai dengan Sangat Setuju(SS)

3.4 Teknik Analisis Data

3.4.1 Analisis Data Deskriptif

Teknik analisis data merupakan usaha digunakan sebagai analisis terhadap data yang bertujuan untuk mengolah data tersebut demi menjawab rumusan masalah.[85] Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik deskriptif. Uji statistik deskriptif yang meliputi diantara lain adalah nilai mean atau rata-rata, minimum, maksimum, dan nilai standar deviasi dari data penelitian.

Tujuan menggunakan uji statistik deskriptif adalah untuk memperoleh gambaran atau deskripsi demograis responden penelitisn dan paparan penjelasan deskriptif pada setiap pernyataan kuisioner. Dalam penelitian uji statistik deskriptif untuk mengetahui gambaran demografis jawaban responden melalui pengisisan kuisioner tentang Pengaruh kemudahan dan Fitur Layanan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* untuk membayar zakat.

3.4.2 Uji Instrument Penelitian

a. Uji Validitas

Dalam sebuah penelitian, uji validitas berfungsi untuk mengetahui sejauh mana sebuah instrumen dalam menjalankan fungsinya atau untuk mengukur varibel-variabel

[83] Mustika and Puspita.
[84] Mustika and Puspita.
[85] Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonom*, 121.

yang telah digunakan apakah benar-benar berfungsi untuk mengukur apa yang harusnya diukur. Hal ini untuk menentukan dan mengukur layak tidaknya kuisioner atau menguji kevalidan kuisioner. Sebuah kuisioner dinyatakan valid bilamana pertanyaan kuisioner menuliskan apa yang ingin diukur oleh kuisioner tersebut.[86] Kriteria uji validitas, item dinyatakan valid jika :

i. r hitung positif, r hitung > r tabel, maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid
ii. r hitung negatif, r hitung < r tabel, maka item pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipakai dalam mengukur data untuk menjamin kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan yang telah dibagikan dalam kuisioner. Reliabilitas instrument dipakai untuk mendapatkan data yang sesuai dengan tujuan pengukuran yang berkaitan dengan kekeliruan. Pada uji reliabilitas, kuisioner akan dianggap dapat dipercaya bila jawaban kuisioner konsisten dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dipakai dalam pengukuran kuisioner berisi indikator-indikator dari variabel. Untuk mencapai hal tersebut yang dilakukan uji reliabilitas dengan memakai metode *Cronbach's Alpha* melalui SPSS, Uji reliabilitas disebut sebagai variabel konstruk diukur berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, atau jika nilai masing-masing variabel >0,60.[87]

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah alat yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel independen atau keduanya nilai residualnya terdistribusi secara normal ataupun tidak.[88] Untuk mengetahui hal tersebut dapat menggunakan uji pendekatan Kolmogorov-Smirnov. Kriteria dalam pengambilan keputusan adalah jika nilai sig atau signifikansi atau nilai probabilitas < 0,05 residual tidak terdistribusi secara normal dan jika nilai sig atau

[86] Musrifah Mardiani Sanaky, "Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah," *Jurnal Simetrik* 11, no. 1 (2021): 432–39, https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615.

[87] Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis, Pendekatan Filosofi Dan Praktis* (Jakarta: PT Indeks, 2012), 108.

[88] Singgih Santoso, *Statistik Multivariat Dengan SPSS* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), 43.

signifikansi atau nilai probabilitas ≥ 0,05 residual adalah normal atau terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengikuti apakah model regresi ditentukan adanya korelasi antara variable independen atau variable bebas. Jika ditemukan kemiripan atau kesamaan antar variable independen akan menyebabkan korelasi yang sangat kuat. Pengujian ini dapat dilakukan dengan tolerance dan varian *inflation factor* (VIF). Tolerance berfungsi untuk mengukur keanekaragaman variabel independen yang terpilih dan tidak dijelaskan oleh variabel lain.

Model regresi yang baik adalah model yang tidak ditemukan hubungan atau korelasi diantara variabel independen. Multikolinieritas suatu model dilihat dari nilai VIF<10, maka model tersebut dikatakan bebas dari multikolinieritas.[89]

c. Uji Heterokesdastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengukuran data yang menilai apakah seluruh pengamatan regresi linier terjadi heterokedastisitas. Atau dipakai untuk menguji perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya. Untuk menentukan ada atau tidaknya heteroskidastisistas suatu model dilihat melalui pola scatterplot, model yang baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas jika titik menyebar diatas dan bawah sekitar angka nol, titik tidak mengumpul hanya diatas atau bawah, penyebaran titik data tidak membentuk pola bergelombang atau melebar lalu menyempit dan melebar, penyebaran titik data tidak berpola.[90]

3.4.4 Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis liniear berganda merupakan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini, metode hubungan secara linear antara dua atau lebih variable indenpen (X_1X_2,…,….,X_n) dengan variable dependen (Y). Analisis ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variable dependen apakah diantaranya ditemukan hubungan secara positif atau negatif, untuk mengetahui ramalan nilai dari variabel dependen

[89] Nisfiannoor, *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial*.

[90] V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 186.

apabila variabel dependen naik atau turun nilainya, data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.[91]

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh kemudahan dan fitur layanan zakat terhadap minat mwmbayar zakat menggunakan *Mobile banking* BSI dengan menggunakan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$Y = a + bX + bX + e$

Keterangan :

Y = Minat menggunakan Mobile Banking (variable dependen)

X = Kemudahan (variable independen)

X = Fitur layanan (variable independen)

a = variable / bilangan konstan

b = koefisien regresi dari X

b = koefisien regresi dari X

e = tingkat error

a. Uji T (Parsial)

Uji T dimanfaatkan sebagai alat pengujian hipotesis secara pasrsial dengan tujuan mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen denagn terpisah. Pengujian ini bertujuan untuk menguji koefisien regresi pada tiap-tiap variabel independen terhadap variabel dependen sehingga mengetahuin seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen tersebut terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui ditolak atau diterima suatu hipotesis maka menggunakan cara sebagai berikut :

i. t hitung > t tabel, hipotesis diterima. Hal ini berarti ditemukan adanya pengaruh signifikan dari variabel independen secara individual terhadap variabel dependen

ii. t hitung < t tabel, hipotesis ditolak. Hal ini berarti tidak ditemukan adanya pengaruh signifikan dari variabel independen secara individual terhadap variabel dependen

iii. Dilihat melalui *Probabilities Values*, nilai probabilitas α : 0,05, jika :

1) Probabilitas > 0,05, hipotesis ditolak

2) Probabilitas < 0,05, hipotesis diterima

[91] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 208.

3) Jika hasil dari penelitian tidak searah dengan hipotesis atau ketika bernilai (positif/negatif) meskipun berada di bawah tingkat signifikansi, maka hipotesis ditolak.

b. Uji F (Simultan)

Uji F ni bertujuan untuk mengukur ketepatan fungsi dari regresi sampel antara hasil pengamatan dengan frekuensi yang didapatkan berdasarkan nilai yang di harapkan. Untuk mengetahui apakah variabel independen pada sebuah penelitian terjadi pengaruh terhadap variabel dependen secara bersamaan (simultan) harus melalui uji data yang sering disebut dengan Uji Statistik F atau Uji F. Uji ini dilaksanakan dengan melihat nilai signifikansi F, maka dapat sebagai berikut :

i. F hitung > F Tabel atau p value < α = 0,05, variabel independen secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap varibel dependen, Hipotesis diterima

ii. F hitung < F Tabel atau p value > α = 0,05, variabel independen secara bersamaan tidak memiliki pengaruh terhadap varibel dependen, Hipotesis ditolak.

3.4.5 Koefisien Determinasi (Adjusted R2)

Koefisien determinasi atau Adjusted R2 merupkan suatu pengukuran yang dimanfaatkan untuk mengetahui kekuatan seluruh variabel independen untuk dalam menjelaskan variabel dependen secara simultan. Hal ini berarti semakin besar R2, maka semakin baik mencerminkan bahwa presentase kontribusi nilai dan variabel independen trhadap variabel dependen. Sebenarnya ini sama sekali tidak menambah kesempurnaan modal dalam sebuah penelitian karena pada dasarnya hanya penambahan variabel. Semakin banyak variabel independen makan semakin besar pula nilai koefisien determinasi (R2).[92]

[92] Sirilius Seran, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial* (Sleman: Deepublish, 2020).

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Semarang

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Semarang sebelumnya adalah bank BRI Syariah. Cikal bakal berdirinya Bank BRI Syariah ini dikarenakan PT BRI (Persero) Tbk mengakuisisi Bank Jasa Arta yang terjadi pada 19 Desember 2007. Setelah pengakuisisian tersebut terbitlah surat izin usaha dari Bank Indonesia yaitu No. 10/67/KEP.GBI/DPG/2008 pada 16 Oktober 2008, setelah itu BRI Syariah resmi beropersi pada 17 November 2008 dengan nama PT. Bank Syariah Unit Usha Syariah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk melebur kedalam PT Bank BRI Syariah yang pada 1 Januari 2009 resmi beroperasi.

Setelah beberapa tahun beroperasi BRI Syariah memiliki nasabah yang meluas tersebar di seluruh Indonesia. Maka dari itu BRI Syariah memiliki kemampuan kapabilitas yang tinggi sebagai ritel moderen. Tahun 2017 BRI Syariah membuktikan bahwa dirinya sebagai bank yang pertama mampu menyalurkan KUR Syariah sebesar Rp. 58,1 miliar dan melakukan initial public offering di Bursa Efek Indonesia pada 9 Mei 2018.

Pada 1 Februari 2021 terjadi merger (penggabungan) anatara 3 bank syariah BUMN yaitu BRI Syariah, BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri diresmikan oleh RI 1 atau bertepatan pada 19 Jumadil Akhir 1442H. Komposisi pemegang saham BSI sebagai berikut : PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Lalu sisanya merupakan pemegang saham yang masing-masing berjumlah dibawah 5%.

Kehadiran tersebut diharapkan akan mampu membantu memenuhi kebutuhan nasabah karena penggabungan ini menyatukan kelebihan ketiga bank syariah alhasil menghadirkan layanan yang lebih beragam, menjangkau jaringan yang luas, dan memiliki pmodal yang jauh lebih baik. Hal ini juga tak luput dari peran pemerintah melalui Kementrian BUMN yang mendukung. BSI diharapkan dapat bersaing secara global.

Hadirnya BSI diharapkan akan menjadi wajah perbankan syariah yang lebih moderen, universal, dan memberikan manfaat bagi seluruh pihak di alam semesta negara Indonesia atau Rahmatan lil Aalamiin.[93]

4.1.2 Logo BSI Kantor Cabang Semarang

Gambar 4. 1 Logo Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Semarang

4.1.3 Visi dan Misi

a. Visi BSI

Menciptakan bank syariah yang dapat menjadi salah satu dari top 10 *Global Islamic Bank*

b. Misi BSI

i. Menjadi salah satu bank besar yang mampu memberikan value terbaik bagi para pemegang saham

ii. Menjadi bank besar yang memperoleh nilai terbaik bagi pemegang saham. Top 5 bank yang memiliki profitabilitas ROE 18% dan valuasi kuat (PB>2)

iii. Menjadi perusahan yang terpilih dan kebanggaan talenta Indonesia. Memiliki nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat, berkomitmen dalam pengembangan karyawan melalui budaya kerja.

4.1.4 Mobile Banking BSI (BYOND)

Layanan saluran distribusi elektronik bank untuk mengakses rekening yang dimiliki oleh nasabah di bank melalui jaringan komunikasi memanfaatkan handphone ataupun tablet. Byond adalah mobile banking milik BSI.

Fitur utama BYOND :

a. Informasi dan fitur tambahan (info saldo rekening, promo produk, sosmed BSI, Kotak Masuk, Lokasi Kantor Cabang & ATM, Tentang Aplikasi)

b. Transfer Dana (Transaksi pemindah bukuan antar rekening antar BSI atau ke rekening Bank lainnya)

c. Pembayaran berbagai jenis tagihan

[93] BSI, "Visi Misi," 2025, https://ir.bankbsi.co.id/corporate_structure.html.

d. Pembelian berbagai jenis transaksi
e. *BSI Call* terhubung langsung dengan layanan *BSI Call* 14040
f. Buka Rekening dan Deposito
g. TopUp eWallet
h. QRIS
i. Penarikan Tunai Tanpa Kartu (*Cardless Withdrawal*) dapat dilakukan di mesin ATM ataupun outlet merchant terdekat
j. Login Aplikasi, yang meliputi fitur keamanan dengan : sidik jari, kata sandi, *face detection, automatic closed.*

4.2 Analisis Deskripsi Responden

Deskripsi yang menjelaskan responden dan mendeskripsikan karakteristik masing-masing responden yang dipergunakan untuk melakukan analisis penelitian. Dalam hal ini beberapa aspek yang digunakan dalam penelitian antara lain adalah jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, dan intensitas nasabah menggunakan *Mobile Banking* BSI. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel. Penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner kepada nasabah Bank BSI di kota Semarang yang menggunakan *Mobile Banking*. Pembagian kuisioner dilakukan pada awal bulan Januari 2025 hingga akhir bulan Februari 2025. Setelah data terkumpul peneliti langsung melakukan olah data dengan menggunakan aplikasi spss 22. Penjelasan masing-masing karakteristik responden adalah sebagai berikut :

4.2.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin dibagi menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan. Dapat dilihat jumlah responden tersebut melalui tabel yang tertera dibawah ini :

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

		Frequency	*Percent*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	Laki-laki	43	44.8	44.8	44.8
	Perempuan	53	55.2	55.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang diolah dengan SPSS 22 di tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dari 96 orang responden dapat diketahui jumlah responden terbanyak adalah berjenis kelamin perempuan dengan total sebanyak 53 orang atau 55% sedangkan untuk responden yang berjenis kelamin laki-laki berjmlah 43 orang atau 45% dari 100% jumlah responden pengguna *Mobile Banking* BSI.

4.2.2 Usia

Berdasarkan pengelompokkan menurut usia Nasabah BSI Kota Semarang, dapat dilihat karakteristik responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia

Usia

		Frequency	*Percent*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	25-29	43	44.8	44.8	44.8
	30-34	21	21.9	21.9	66.7
	35-39	20	20.8	20.8	87.5
	40-44	12	12.5	12.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang diolah dengan SPSS 22 di tahun 2025

Pada tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden terbanyak ada pada usia 25-29 dengan persentase 44,8% atau dengan jumlah 43 orang, pada rentan usia 30-34 sebanyak 21 orang dengan persentase 21,9%, sedangkan pada usia 35-39 yang juga sebanyak 20 orang dengan persentase 20,8% dan yang terakhir atau dengan jumlah yang paling sedikit pada rentan usia 40-44 sebanyak 12 orang dengan persentase 12,5%.

4.2.3 Pendidikan

Berikutnya nasabah Bank BSI kota Semarang . dikelompokkan sesuai dengan pendidikan terakhir nasabah. Tabel berikut ini merupakan hasil data responden pengelompokkan berdasarkan pendidikan.

Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan

		Frequency	*Percent*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	SMP	3	3.1	3.1	3.1
	SMA	49	51.0	51.0	54.2
	D3-S1	38	39.6	39.6	93.8
	S2-23	6	6.3	6.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber Data Primer diolah dengan SPSS 22 di tahun 2025

Pada tabel 4.3 diatas , dapat dilihat jika responden dengan pendidikan terakhir SMP berjumlah 3 orang atau 3,1% dari jumlah keseluruhan responden. Berikutnya pengelompokkan berdasarkan pendidikan terakhir SMA menjadi jumlah terbanyak dari keseluruhan pengelompokkan responden berdasarkan usia yaitu 49 orang atau 51%. Selanjutnya lulusan D3-S1 berjumlah 38 orang atau 39,6%. Sedangkan lulusan S2-S23 berjmlah 6 orang atau 6,3%.

4.2.4 Pekerjaan

Pengelompokkan karakteristik berikutnya adalah responden yang merupakan nasabah BSI Kota Semarang dikelompokkan berdasarkan Pekerjaan , dapat kita lihat sebagai berikut :

Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	9	9.4	9.4	9.4
	PNS	13	13.5	13.5	22.9

	Karyawan BUMN	13	13.5	13.5	36.5
	Karyawan Swasta	27	28.1	28.1	64.6
	Wirausaha	11	11.5	11.5	76.0
	Lainnya	23	24.0	24.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber Data Primer diolah dengan SPSS di tahun 2025

Pada tabel diatas dapat kita lihat jika pengelompokkan karakteristik berdasarkan pekerjaan paling banyak yang menggunakan *Mobile Banking* BSI berjumlah 27 orang atau 28,1% yaitu kategori Karyawan Swasta, disusul dengankategori lainnya disini mereka meliputi ibu rumah tangga, buruh harian lepas, guru honorer, pekerja *remote,* dan turor les privat sebanyak 23 orang atau 24% dari jumlah keseluruhan responden, selanjutnya adalah Karyawan BUMN 13 orang atau 13,5% dan PNS sebanyak 13 orang atau 13,5% dan yang terakhir merupakan Wirausaha dan Mahasiswa yang masing-masing berjumlah 11 orang atau 11,5% dan 9 orang atau 9,4%.

4.2.5 Pendapatan

Pengelompokkan karakteristik selanjutnya adalah responden yang merupakan nasabah BSI Kota Semarang dikelompokkan berdasarkan Pendapatan , dapat kita lihat sebagai berikut :

Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan

		Frequency	*Percent*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	<1000000	25	26.0	26.0	26.0
	1000000-2500000	19	19.8	19.8	45.8
	2500000-5000000	37	38.5	38.5	84.4
	>5000000	15	15.6	15.6	100.0

Total	96	100.0	100.0	

Sumber data primer diolah dengan SPSS 22 tahun 2025

Pada tabel diatas 4.5 dapat dilihat bahwa responden dengan pendapatan kisaran Rp. 2.500.000 hingga Rp. 5.000.000 merupakan pengguna paling banyak *Mobile Banking* BSI sebanyak 37 orang atau 38,5%, terbanyak kedua yaitu yang berpenghasilan kurang dari Rp. 1000.000 berjumlah 25 orang atau 26% dari jumlah keseluruhan responden, disusul dengan responden yang berpenghasilan Rp. 1.000.000 hingga Rp. 2.500.000 yang berjumlah 19 orang atau 19,8% dari jumlah keseluruhan responden dan yang terakhir atau yang paling sedikit adalah responden yang berpenghasilan lebih dari Rp. 5.000.000 yang hanya berjumlah 15 orang atau 15,6% dari jumlah keseluruhan responden.

4.2.6 Intensitas Penggunaan

Pengelompokkan karakteristik berikutnya adalah responden yang merupakan nasabah BSI Kota Semarang dikelompokkan berdasarkan Pekerjaan , dapat kita lihat sebagai berikut :

Tabel 4. 6 Karakteristik Berdasarkan Intensitas Penggunaan Mobile Banking BSI

Intensitas

		Frequency	*Percent*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	<5 kali	46	47.9	47.9	47.9
	5-10 kali	25	26.0	26.0	74.0
	>10 kali	25	26.0	26.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber data primer diolah dengan SPSS di tahun 2025

Pada tabel 4.6 diatas intensitas penggunaan mobile banking BSI dengan persentase paling banyak adalah 46% yaitu dengan intensitas kurang dari 5 kali dalam sebulan kemudian disusul dengan penggunaan sebanyak lebih dari 10 kali transaksi perbulan atau 26% dan ini sama dengan intensitas penggunaan 5-10 kali perbulan atau hanya 26%.

4.3 Teknik Analisis Data

4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis ini bertujuan untuk menyajikan keseluruhan data penelitian dalam bentuk statistik mean, standar *deviasi, range*, minimum dan maksimum. Berikut adalah hasil dari analisis deskriptif :

Tabel 4. 7 Deskriptif Statistik

Statistik

		X1	X2	Y
N	Valid	96	96	96
	Missing	0	0	0
Mean		20.76	21.58	13.48
Std. Deviation		6.588	6.319	4.292
Minimum		6	7	4
Maximum		30	30	20

Sumber data Primer Diolah SPSS 22 di Tahun 2025

Berikut ini merupakan deskripsi analisis deskriptif pada tabel diatas pada setiap variabel :

1. Berdasarkan uji analisis deskriptif yang telah dilkukan, variabel kemudahan atau X1 memiliki nilai rata-rata 20,76 dengan nilai maksimum 30 sedangkan nilai minimum 6. Hal ini berarti semua pernyataan kuisioner pada variabel kemudahan terisi angka 5, dan nilai minimum bernilai 6.
2. Kemudian variabel fitur layanan (X2) nilai rata-rata 21.58 dengan nilai maksimum 30 karena semua kuisioner terisi angka 5 dan nilai minimum 7.
3. Pada variabel Y atau variabel minat nilai rata-rata 13,48 dengan nilai maksimum 20 dan nilai minimum 4.

4.3.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Sebagai peneliti memanfaatkan uji validitas dengan bertujuan untuk mengukur ketepatan dan ketergantungan kuisioner yang di sebarkan kepada responden. Demi mengetahui keakuratan dan kecermatan alat ukur, peneliti dapat mengevaluasi

koefisien korelasi yang diamati atau disebut r- hitung melalui cara membandingkan dengan dengan koefisien korelasi kritis yang disebut r-tabel pada tingkat signifika (a) sebesar 0,05. Jika koefisien korelasi yang teramati melebihi koefisien korelasi kritis (r-hitung>r-tabel), maka alat ukur tersebut dianggap valid. Jika yang terjadi sebaliknya yaitu r-hitung<r-tabel) maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut tidak valid. Penelitian berikut menggunakan uji validitas *Bivariate Pearson Correlation*, pada aplikasi IBM SPSS versi 22.

Tabel 4. 8 Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kemudahan (X1)	X1.1	0,910	0,2	VALID
	X1.2	0,899	0,2	VALID
	X1.3	0,843	0,2	VALID
	X1.4	0,912	0,2	VALID
	X1.5	0,927	0,2	VALID
	X1.6	0,908	0,2	VALID
Fitur Layanan (X2)	X2.1	0,807	0,2	VALID
	X2.2	0,840	0,2	VALID
	X2.3	0,846	0,2	VALID
	X2.4	0,819	0,2	VALID
	X2.5	0,858	0,2	VALID
	X2.6	0,828	0,2	VALID
Minat (Y)	Y1	0,748	0,2	VALID
	Y2	0,919	0,2	VALID
	Y3	0,927	0,2	VALID
	Y4	0,889	0,2	VALID

Sumber data primer diolah dengan SPSS 22 di tahun 2025

Dapat kita lihat Berdasarkan tabel 4.3.1 diatas menyatakan bahwa semua komponen dari pernyataan hasil uji validitas dari variabel kemudahan (X1), Fitur Layanan (X2) dan Minat (Y) valid. Hal ini dikarenakan sudah memenuhi syarat ketentuan yaitu r-

hitung> r-tabel sebesar 0,2. Sehinngga dapat dikatakan jika uji validitas pilot test ini valid.

b. Uji Reliabilitas

Suatu keadaan jika jawaban untuk pernyataan tetap sama atau bisa dikatakan relatif tidak berubah dari waktu hingga ke waktu, dapat disimpulkan bahwa kuisioner dikatakan reliabel. Uji ini dilakukan dengan tujuan mengetahui bahwa instrument penelitian dapat dipercaya. Uji reliabilitas dilakukan dengan memanfaatkan alat statistik Cronbach Alpha di SPSS. Data dapat dikategorikan reliabel atau dapat dipercaya jika nilai nya melebihi 0,60 atau >0,60, namun jika hasilnya sebaliknya maka data tersebut tidak reliabel.

Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas

No	Variabel	*Cronbach Alpha*	*Reliability Coeficient*	Keterangan
1	Kemudahan	0,951	0,6	Reliabel
2	Fitur Layanan	0,911	0,6	Reliabel
3	Minat	0,895	0,6	Reliabel

Sumber data diolah dengan SPSS 25 pada tahun 2025

Berdasarkan hasil uji SPSS yang disajikan pada tabel diatas menyatakan bahwa semua variabel yang meliputi variabel Kemudahan (X1), Fitur Layanan (X2) dan Minat (Y) Reliabel. Dapat dilihat bahwa nilai Cronbach Alpha > 0,60.

4.3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang dilakukan peneliti agar dapat mengetahui apakah data variabel penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Bisa dikatakan jika penelitian baik dan tepat bila model regresi terdistribusi normal. Dalam penelitian ini peneliti memilih untuk mernggunakan metode kolmogorov-smirnov One Sample yang syaratnya adalah data dikatakan terdistribusi normal jika tingkat signifikansi >0,05 dan data dikatakan tidak normal jika hasilnya sebaliknya.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.38500070
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.047
	Negative	-.069
Test Statistic		.069
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.

Tabel 4. 10 Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	96
Nilai Signifikansi	0,2

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas menunjukkan nilai signifikansi atau Asymp.Sig (2-Tailed) adalah 0,200 hal ini menunjukkan bahwa angka tersebut lebih tinggi dari 0,05 atau 5% 0,200>0,05. Oleh karena itu, data dalam penelitian ini secara teratur terdistribusi dan disimpulkan model regresi memenuhi standar normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan oleh peneliti dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana model regresi pada suatu penelitian, adakah korelasi antara variabel independen atau tidak dan ada tidaknya tanda-tanda multikolinearitas. Model

regresi dapat dikatakan baik dan tepat jika tidak ditemukan korelasi antar variabel independen serta memiliki nilai tolerance >0,10 sedangkan nilai VIF <10.

Tabel 4. 11 Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.617	.886		1.826	.071		
X1	-.148	.074	-.227	-2.009	.047	.260	3.848
X2	.692	.077	1.019	9.012	.000	.260	3.848

a. Dependent Variable: Y

No.	Variabel Penelitian	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Kemudahan	0,260	3,848	Bebas Multikolinearitas
2	Fitur Layanan	0,260	3,848	Bebas Multikolinearitas

Dapat dilihat dari tabel diatas, diperoleh hasil uji multikolinearitas di setiap variabel independen menghasilkan nilai tolrance > 0,10 dan nilai VIF < 10. Hal tersebut dapat diartikan jika dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinearitas.

c. Uji Heterokesdastisitas

Uji Heterokedastisitas adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu model regresi ada atau tidaknya kesamaan variance dari residual seluruh observasi. Hasil dari penelitian dikatakan baik dan berharga ketika model regresi linier tidak menghasilkan keseragaman atau kesamaan . untuk mengukur heteroskedastisitas secara eksperimental, peneliti menggunakan uji kolmogorov *smirnov one sample* ditemukan sebagai berikut :

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.861	.520		3.582	.001
X1	.078	.043	.361	1.805	.074
X2	-.073	.045	-.324	-1.622	.108

a. Dependent Variable: RES2

Tabel 4. 12 Uji Heterokedastisitas

No.	Variabel Penelitian	Nilai signifikansi
1	Kemudahan	0,074
2	Fitur Layanan	0,108

Sumber Data Primer Diolah Pada Tahun 2025

Dari tabel diatas semua variabel independen yang meliputi Kemudahan (X1) dan Fitur Layanan (X2) menghasilkan nilai signifikansi> 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi penelitian ini tidak mengandung masalah heterokedastisitas, dengan kata lain variabel penelitian ini homokedastisitas.

4.3.4 Hasil Uji Hipotesis

a. Persamaan Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda merupakan uji yang dilakukan dengan bertujuan untuk menunjukkan pengaruh dari variabel independen kepada variable dependen di suatu penelitian, dengan bentuk persamaan regresi.

Tabel 4. 13 Uji Hipotesis Persamaan Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.617	.886		1.826	.071
	X1	-.148	.074	-.227	-2.009	.047
	X2	.692	.077	1.019	9.012	.000

Sumber data primer diolah tahun 2025

$Y = \alpha + B1\ X1 + B2\ X2 + e$

$Y = 1{,}617 - 0{,}148 + 0{,}692 + e$

Y = Minat

B1 = Koefisien Regresi Kemudahan

B2 = Koefisien Regresi Layanan

X1 = Variabel Kemudahan

X2 = Varibel Layanan

Dilihat dari persamaan fungsi regresi linear diatas dapat dijabarkan sebagai berikut :

1) Konstanta bernilai 1,617 ini berarti variable independen (X1, X2, dan X3) tidak ada atau bernilai nol, maka dengan ini minat menggunakan mobile banking untuk berzakat bernilai 1,617

2) Koefisien Regresi X1 (Kemudahan) sebesar -0,148, hal ini menjelaskan bahwa kemudahan (X1) sebesar -0,148 yang memiliki arti jika variable independen lainnya memiliki nilai tetap, namun variabel kemudahan tidak berbanding lurus atau searah dengan minat jadi variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh yang searah dengan minat.

3) Koefisien Regresi X2 (Layanan) sebesar 0,692, hal ini menjelaskan bahwa layanan (X2) sebesar 0,692, hal ini memiliki arti bahwa tingkat layanan berbanding lurus positif dengan minat nasabah menggunakan mobile banking.

b. Hasil Uji T (Parsial)

Sebenarnya uji t dimanfaatkan untuk menjelaskan pengaruh suatu variable indepen terhadap variabel dependen, secara individual maupun terpisah. Dalam konteks ini yang memiliki peran sebagai dasar pengambilan keputusan tentang uji T adalah tingkat kepercayaan snilai 95% atau α = 0,05. Hipotesis penelitian dapat diterima jika memenuhi unsur kriteria nilai t hitung > nilai t tabel. Sebaliknya jika hipotesis penelitian akan ditolak apabila nilai t hitung < nilai t tabel.

Tabel 4. 14 Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.617	.886		1.826	.071
	X1	-.148	.074	-.227	-2.009	.047
	X2	.692	.077	1.019	9.012	.000

Sumber data primer diolah tahun 2025

Dapat ditinjau pada tabel diatas, variabel X1 atau variabel kemudahan memiliki nilai sig : 0,047 < 0,05 yang berarti kemudahan terdapat pengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking untuk membayar zakat, sedangkan X2 atau variabel fitur layanan memiliki sig sebesar 0,00 hal ini juga berarti mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking untuk berzakat. Dalam perhitungan t tabel sebesar 1,986 dari jumlah responden 96 orang dan alpha 0,05

Dapat diambil dua kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan tabel diatas variabel kemudahan (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar -2,0 yang berarti -2,0>1,986, hal ini berarti variabel kemudahan berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking untuk berzakat
2. Sedangkan untuk variabel X2 atau fitur layanan memdapatkan nilai t hitung sebesar 9,0 > 0,05 maka terdapat pengaruh positif signifikan antara fitur layanan terhadap minat menggunakan mobile banking

c. Hasil Uji F (Simultan)

Uji signifikansi simultan (uji F) digunakan dalam pengukuran pengaruh simultan variabel independen X1 (Kemudahan), X2 (Fitur Layanan) berpengaruh terhadap variabel dependen Y (Minat). Dasar pengambilan keputusa jika signifikansi < 0,05 jika begitu, maka hipotesis diterima, berarti ditemukan pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen jika yang terjadi sebaliknya signifikansi > 0,05, berarti hipotesis ditolak.

ANOVA[a]

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1209.577	2	604.788	104.084	.000[b]
Residual	540.382	93	5.811		
Total	1749.958	95			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber Data Primer Diolah tahun 2025

Berdasarkan hasil yang berada di atas, ditunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,000 < 0,05 sedangkang diperoleh F hitung sebesar 104.084 > 3,093. Dari nilai tersebut hipotesis diterima, yaitu variabel kemudahan, fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

d. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi adalah analisis yang menentukan seberapa besar pengaruh dari variabel bebas Kemudahan (X1), Fitur Layanan (X2) terhadap variabel dependen Minat (Y). Nilai koefisien determinasi 0-1 ($0 \leq R2 \leq 1$)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.831[a]	.691	.685	2.411

Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi

Model	***R***	***R Square***	***Adjusted R Square***	***Std. Error of the Estimate***
1	.831[a]	.691	.685	2.411

Sumber Data Primer diolah tahun 2025

Dilihat dari tabel diatas nilai *R Square* (Koefisien determinasi) seebsar 0,685. Angka tersebut dapat diintrepretasikan sebesar 68,5%. Sehingga dapat disimpulkan jika variabel Kemudahan (X1) dan Fitur Layanan (X2) berpengaruh sebesar 68,5% terhadap variabel minat (Y).

3.2 Hasil dan Pembahasan

Dilihat dari hasil uji validitas bisa ditemukan jika seluruh responden (96 orang) telah menjawab kuisioner, dan jawaban tersebut dinyatakan valid. Dilihat dari hasil uji reliabilitas juga jawaban responden reliabel r hitung > r tabel dan semua pertanyaan mempunyai perhitungan conrbach alpha > 0,60. Dalam uji analisis linear berganda menghasilkan persamaan regresi Y = 1,617 - 0,148 X_1 + 0,692 X_2+ e dengan nilai konstanta 1,617. Hasil penelitian uji F menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan pada semua variabel X_1 dan X_2 terhadap Y, dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 dan nilai F hitung > F tabel yaitu 104,084 > 3,093. Kemudian hasil pengujian koefisien determinasi bahwa r square menghasilkan angka 0,685 atau setara dengan 68,5%, hal ini dapat diartikan jika variabel Kemudahan dan Fitur layanan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan mobile banking sebesar 68,5% dan sisanya 31,5% dipengaruhi oleh variable lainnya yang tidak ada pada penelitian ini. Sedangkan hasil uji T berdasarkan hipotesis pada penelitian ini diperoleh, sebagai berikut :

a. Pengaruh Kemudahan terhadap minat menggunakan mobile banking untuk berzakat secara online

Berdasarkan penelitian uji hipotesis yang telah dilakukan melalui uji T dan Uji analisis linier berganda, didapatkan nilai koefisien – 0,148 satuan hal ini dapat diartikan ketika variabel independen lainnya nilainya tetap dan kemudahan mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka nilai minat mengalami penurunan sebesar – 0,148 satuan, dapat diartikan jika makin tinggi kemudahan makin rendah minat menggunakan mobile banking untuk membayar zakat. Sedangkan dari hasil uji T didapatkan nilai kemudahan t hitung > t tabel yaitu 0,2 > 1,986 dan nilai signifikansi sebesar 0,047 < 0,05 sehingga kemudahan memiliki pengaruh negatif dengan minat menggunakan *mobile banking* untuk membayar zakat. Oleh karena itu H1 ditolak. Hal ini artinya adalah jika mobile banking menawarkan berbagai macam kemudahan namun, minat nasabah masih rendah dikarenakan tidak semua orang merasa mudah percaya dengan kemudahan akses dalam pembayaran zakat yang ditawarkan, dan cenderung masih percaya dengan penyaluran zakat secara konvensional pribadi.

Hasil penelitian tersebut sesuai dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Muhammad Qoes Atieq dan Eva Nurpiani[94] menyatakan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakn *mobile banking*. Lain halnya dengan penelitian Nindya Mustika, Rosana Eri Puspita[95] dan hasil penelitian Kartika Marella Vanni, Ammatun Nur Makmuriyah[96] yang menghasilkan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan membantu memunculkan minat terhadap menggunakan mobile banking.

Pemahaman yang baik tentang kemudahan dalam penelitian ini adalah *mobile banking* yang dimiliki BSI membantu meringankan usaha para nasabah BSI di kota Semarang dalam melakukan transaksi, dengan tanpa harus bertandang ke ATM dan juga cabang dapat dimudahkan langsung melalui smartphone atau tablet. Nasabah juga dapat menghemat waktu dan tenaga karena transaksi bisa diakukan dimana saja secara *real time*.

[94] Atieq and Nurpiani, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah."
[95] Mustika and Puspita, "Analysis Of Factors Influencing The Intention To Use Bank Syariah Mobhile Banking With Trust As Mediation."
[96] Amatun Nur Makmuriyah and Kartika Marella Vanni, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang)," *Eduka : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis* 5, no. 1 (2020): 37, https://doi.org/10.32493/eduka.v5i1.6362.

Beberapa kemudahan yang ditawarkan oleh bank di dalam aplikasi *mobile banking* tidak menyebabkan nasabah berminat untuk membayar zakat melaui *mobile banking* karena beranggapan jika akses mudah melalui *handphone* dengan fitur berbagi ziswaf di BYOND *by* BSI tersedia donasi zakat namun memerlukan banyak waktu untuk memahami cara penggunaanya.

Kenyataanya banyak nasabah tidak merasakan kemudahan tersebut karena kurangnya pemahaman tentang pengoperasian *mobile banking* untuk membayar zakat. Nasabah juga beranggapan jika menggunakan *smartphone* diperlukan usaha yang ekstra karena membutuhkan *smartphone* canggih berkapasitas besar dan jaringan internet yang memadai serta kurangnya kepercayaan atas aplikasi *mobile banking* tersebut sehingga memilih untuk menyalurkan zakat secara pribadi dan langsung diterima oleh mustahik yang dituju.

b. Pengaruh Fitur Layanan terhadap minat menggunakan mobile banking untuk berzakat secara online

Berdasarkan penelitian Uji hipotesis yang telah dilakukan melalui Uji T dan analisis linear berganda, didapatkan nilai koefisien 0,692 satuan hal ini dapat diartikan jika ketika variabel independent atau variabel X yang lain besaran nilainya tetap dan fitur layanan mengalami peningkatan pada satu satuan , maka nilai minat mengalami peningkatan sebesar 0,692 satuan. Maka dapat dipahami jika semakin tinggi fitur layanan maka semkin tinggi pula minat menggunakan *mobile banking* untuk berzakat. Dari hasil uji T yang telah dilakukan pada penelitian ini didapatkan nilai fitur layanan t hitung > t tabel 9,012 > 1,986 dan nilai signifikansi 0,00< 0,05 sehingga dapat dikatakan variabel fitur layanan berpengaruh positif signifikan. Oleh karena itu H2 diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sofyan Hakim dan Indah Rahmanungsih,[97] yang mengatakan bahwa variable layanan fitur berbagi Ziswaf berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi nasabah dalam menyalurkan donasi. Dan juga berbanding terbalik dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Faizal Huda Ramadhan dan Firly Rio Triono[98] yang mengatakan bahwa secara parsial telah diuji dan didapatkan hasil bahwa variabel independen

[97] Hakim and Rahmanungsih, "Pengaruh Layanan Fitur Berbagi Ziswaf Terhadap Preferensi Nasabah Dalam Menyalurkan Donasi Di BSI BSI Kotawaringin Timur."
[98] Ramadhan and Triono, "Pengaruh Online Payment Terhadap Minat Untuk Berzakat Online."

(Fitur Layanan Online Payment) tidak memberi pengaruh terhadap variabel dependen (Minat untuk Berzakat Online).

Fitur layanan yang disediakan oleh BSI melalui BYOND sangatlah membantu para nasabah BSI diseluruh Indonesia khususnya Kota Semarang. Nasabah tertarik dengan fitur beraneka ragam yang disediakan oleh BSI melalui BYOND nasabah dapat terbantu oleh ketersediaan ini karena banyak manfaat yang telah ditawarkan. Ketersediaan fitur layanan ini dimanfaatkan sebagai tolak ukur atau pertimbangan oleh nasabah dalam menggunakan produk *mobile banking*.

Berbagai macam inovasi telah dihadirkan BSI melalui BYOND tidak hanya menyediakan transaksi keuangan biasa tetapi juga terdapat fitur berbagi ZISWAF yang sangat membantu masyarakat dalam kegiatan penghimpunan dan penyaluran zakat bahkan BSI telah bekerja sama dengan 25 lembaga zakat lainnya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat seberapa pengaruhnya Kemudahan (X1) dan Fitur Layanan (X2) terhadap minat menggunakan *mobile banking* untuk membayar zakat (Y). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mereka menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Kemudahan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *mobile banking* untuk membayar zakat. Hal ini dapat diartikan jika, semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan oleh nasabah BSI dalam melakukan transaksi secara online menggunkan *mobile banking* termasuk transaksi zakat tidak mempengaruhi para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan dan juga zakat menggunakan mobile banking BSI. Walaupun memudahkan nasabah dalam transaksi keuangan karena dapat diakses secara *real time* juga bisa memudahkan nasabah membayar zakat, tidak membuat nasabah tertarik menggunakan Mobile Banking untuk membayar zakat, hal ini disebabkan karena adanhya kekurangan dalam pemahaman pengoperasian, kurangnya tingkat kepercayaan terhadap aplikasi yang sering kali eror dan cenderung memperlambat proses penyaluran zakat, dan ketergantungan perangkat terhadap jaringan seluler yang sering menemui kendala sinyal.
2. Fitur layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* untuk membayar zakat. Hal tersebut dapat diartikan jika semakin beragamnya fitur layanan yang disediakan oleh BSI pada aplikasi *mobile banking* maka semakin banyak nasabah yang minat untuk bertransaksi melalui Mobile banking termasuk transaksi zakat, karena pada *mobile banking* BSI yaitu BYOND menyediakan fitur layanan berbagi ZISWAF yang membantu transaksi zakat mal maupun fitrah disana juga terdapat tutorial dan perhitungan untuk zakat

5.2. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat disadari adanya berbagai kekurangan dan kelemahan yang dirasakan, sehingga diperlukan adanya saran dan masukan agar membuat penelitian ini menjadi penelitian yang lebih baik. Berdasarkan kesimpulan yang telah disajikan diatas maka peneliti memberikan saran terhadap beberapa pihak :

1. Bagi perusahaan sebaiknya jika peneliti sudah mengajukan proposal untuk melakukan penelitian langsung diarahkan dan diberi kesempatan, jangan terlalu lama menunggu dan hanya bulan tersebut yang tersedia. Sebaiknya tingkatkanlah fitur lain yaitu keamanan sistem agar nasabah tidak sering merasakan kerugian karena layanan tidak dapat diakses
2. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya variabel yang digunakan ditambah lagi agar lebih bervariasi dan lebih menarik untuk diteliti
3. Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti berikutnya sehingga dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai referensi untuk melakukan penelitian berikutnya.

5.3. Saran

Didapat dari penelitian ini, terlepas dari keterbatasan yang telah dihadapi diharapkan dapat memiliki dampak manfaatn yang ditimbulkan sebagai bentuk untuk meningkatkan minat nasabah kepada Bank Syariah Indonesia, antara lain :

1. Bagi Peneliti selanjutnya, hasil ini dapat dimanfaatkan sebagai bukti studi kasus dan dimanfaatkan sebagai referensi untuk pembahasan topik selanjutnya dalam masa perkuliahan
2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil ini dapat dimanfaatkan jika ingin menambahkan variable yang menarik untuk diteliti lebih jauh lagi

DAFTAR PUSTAKA

Adhiputra, Made Wahyu. “Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking” 2, no. 1 (2015): 52–63.

Alfarizi, Muhammad. “Studi Eksplorasi Penerimaan Pembayaran Zakat Melalui Aplikasi Fintech Indonesia Pasca Pandemi Covid-19.” *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 09 (2022): 410–43.

Ali, Nuruddin Mhd. *Zakat Sebagai Instrumen Kebijakan Fiskal*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian, Edisi Revisi 2010 : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.

Arwanita, Denisa. “Pengaruh Manfaat Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat Infaq Sedekah Dan Wakaf Melalui BSI Mobile.” *UIN Raden Intan Lampung*, 2022.

Atieq, Muhammad Qoes, 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.

Bakkara, F. P. F., and Candra Wijayangka. “The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Risk on Customer Satisfaction on the Features of BCA Sakuku in Bandung.” *E-Proceeding of Management* 7, no. 2 (2020): 4087–4102.

BAZNAS. “Puskasbaznas.” Accessed June 5, 2024. https://www.puskasbaznas.com/.

bphn. “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan,” 1998. https://bphn.go.id/data/documents/98uu010.pdf.

BSI. “BSI Sediakan Layanan Bayar Zakat Dengan Mudah Melalui BSI Mobile,” 2024. https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-sediakan-layanan-bayar-zakat-dengan-mudah-melalui-bsi-mobile.

———. “Visi Misi,” 2025. https://ir.bankbsi.co.id/corporate_structure.html.

Cokrohadisumarto, Widiyanto bin Mislan, Zaenudin Zaenudin, Bejo Santoso, and Siti Sumiati. “A Study of Indonesian Community’s Behaviour in Paying Zakat.” *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 4 (2020): 961–76. https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2018-0208.

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

Dedeh Sri Sudaryantia , Nana Sahronib, Ane Kurniawati. “Analisa Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek.” *Jurnal Ekonomi Manajemen* 4, no. November (2018): 96–107.

Drs. Ismail, MBA., Ak. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group, 2016.

Fadhil, Muhammad, and Lili Puspita Sari. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Membayar Zis Menggunakan Gopay.” *Veteran Economics, Management & Accounting Review* 1, no. 1 (2022): 61–73. https://doi.org/10.59664/vemar.v1i1.4829.

Fauzi, Muchamad. *Metode Penelitian Kuantitatif : Sebuah Pengantar*. Semarang: Walisongo Press, 2009.

Gita, Ni Wayan, and Gede Juliarsa. “Persepsi Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan Minat Ulang Menggunakan Mobile Banking Jenius.” *E-Jurnal Akuntansi* 31, no. 8 (2021): 2086. https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i08.p16.

Hafidhuddin, Didin. *Zakat Dalam Perekonomian Moderen*. Depok: Gema Insani, 2008.

Hakim, Sofyan, and Indah Rahmanungsih. “Pengaruh Layanan Fitur Berbagi Ziswaf Terhadap Preferensi Nasabah Dalam Menyalurkan Donasi Di BSI BSI Kotawaringin Timur.” *Cemerlang: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis* 2, no. 4 (2022): 43–54.

Iqbal, Johandri, 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.

Jahja, Yudrik. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Prenada Media Group, 2011. 978-602-8730-44-0.

Jogiyanto, Hm. *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi, 2007.

Kadir, Abdul. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi, 2003.

Khasanah, Umrotul. *Manajemen Zakat Modern: Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat*. Malang: UIN-Maliki Press, 2010.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran : Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2009.

Kotler, Phillip, and Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta:

Erlangga, 2008.

Latifah, Fitri, and Rusdi Lubis. “Digitalization of ZISWAF Development in Indonesia” 1, no. 1 (2020): 1. https://doi.org/10.4108/eai.21-9-2019.2293962.

Latipah, Eva. *Psikologi Dasar Bagi Guru*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017.

Makmuriyah, Amatun Nur, and Kartika Marella Vanni. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang).” *Eduka : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis* 5, no. 1 (2020): 37. https://doi.org/10.32493/eduka.v5i1.6362.

———. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking.” *Eduka: Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis* 5, no. 1 (2020): 37.

Mandasari, Dwi Jayanti, Abrista Devi, and Suyud Arif. “Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kepercayaan Dan Reputasi Lembaga Terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Mobile Banking : Studi Kasus Nasabah BSI Kabupaten Bogor.” *Journal of Visions and Ideas* 4, no. 2 (2024): 694–703. https://doi.org/DOI: 47467/visa.v4i2.1742.

Maulana, Rian, 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): 146.

Mustika, Nindya, and Rosana Eri Puspita. “Analysis Of Factors Influencing The Intention To Use Bank Syariah Mobhile Banking With Trust As Mediation.” *Dinar: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 7, no. 2 (2020): 14–35. https://doi.org/https://doi.org/10.21107/dinar.v7i2.9995.

Najib, Mohamad Ainun. “Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah.” *Jurisprudence*, n.d. https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.23917/jurisprudence.v7i1.4351.

Nisfiannoor, Muhammad. *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.

OJK. “Penjelasan Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah,” n.d. https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Documents/UU_No_21_Tahun_2008_Perbankan_Syariah.pdf.

Otoritas Jasa Keuangan. *Bijak Ber E-Banking*. Jakarta, 2015.

Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)APJII (Asosiasi. “Survey Penetrasi Internet Indonesia.” Survei Penetrasi Internet Indonesia, 2024. https://survei.apjii.or.id/survei/group/9.

Perry, F E [ed]. *Thomson’s Dictionary of Banking . Eleventh Edition*. London: Pitman, 1965.

putri imaniar. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Ketersediaan Fitur BSI Mobile Terhadap Efisiensi Nasabah Dalam Pembayaran Zakat, Infaq, Sedekah, Dan, Wakaf(ZISWAF) (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bandar Lampung Kedaton)*. *Braz Dent J.*, 2022.

Putri, R. Nurul Fitriana. “BSI Mobile Error, Nasabah Tak Bisa Buka Aplikasi Dan Muncul Tulisan Permintaan Kehabisan Waktu.” JawaPos, 2024. https://www.jawapos.com/ekonomi/014823719/bsi-mobile-error-nasabah-tak-bisa-buka-aplikasi-dan-muncul-tulisan-permintaan-kehabisan-waktu.

Ramadhan, Faizal Huda, and Firly Rio Triono. “Pengaruh Online Payment Terhadap Minat Untuk Berzakat Online.” *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 8, no. 2 (2022): 139. https://doi.org/10.29300/aij.v8i2.7751.

Rotchanakitumnuai, Siriluck, and Mark Speece. “Barriers to Internet Banking Adoption: A Qualitative Study among Corporate Customers in Thailand.” *International Journal of Bank Marketing* 21 (2003): 312–23. https://doi.org/10.1108/02652320310498465.

Sanaky, Musrifah Mardiani. “Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah.” *Jurnal Simetrik* 11, no. 1 (2021): 432–39. https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615.

Santia, Tira. “Pengguna BSI Mobile Naik 29,35 Persen Hingga Kuartal I-2024,” 2024. https://www.liputan6.com/bisnis/read/5585020/pengguna-bsi-mobile-naik-2935-persen-hingga-kuartal-i-2024.

Santoso, Singgih. *Statistik Multivariat Dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010.

Seran, Sirilius. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial*. Sleman: Deepublish, 2020.

Siregar, Ardiansyah, Budi Gautama Siregar, and Nurul Izzah. “Determinan Minat Membayar Zakat Melalui Mobile Banking Syariah.” *Journal of Islamic Social Finance Management* 3, no. 2 (2022): 163–75. https://doi.org/10.24952/jisfim.v3i2.6176.

Sopiah, Etta Mamang Sangadji; *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2013.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2013.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2018. https://www.brainacademy.id/blog/penelitian-kuantitatif.

Suharso. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis, Pendekatan Filosofi Dan Praktis*. Jakarta: PT Indeks, 2012.

Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonom*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2015.

———. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

Sulistiyono. "Analisis Pengaruh Kegunaan Produk, Kemudahan Penggunaan Produk Dan Pergaulan Sosial Terhadap Minat Mereferensikan Pada Produk Blackberry Di Kota Semarang." *Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang*. Diponegoro University, 2011. https://repofeb.undip.ac.id/id/eprint/5422.

Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen : Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

TafsirWeb. "Surat Al-Baqarah Ayat 278," n.d.

Wafa, Moh. Ali. "Hukum Perbankan Dalam Sistem Operasional Bank Konvensional Dan Bank Syariah." *Kordinat: Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam* 16, no. 2 (2017): 257–70. https://doi.org/10.15408/kordinat.v16i2.6441.

Wibowo, Setyo Ferry, Dede Rosmauli, and Usep Suhud. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)." *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 6, no. 1 (2015): 440–56. https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06.

Wijaya, A. "Pengaruh Pengetahuan, Teknologi, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Masyarakat Jakarta Membayar Zakat Melalui BSI Mobile." *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ* 3 (2023): 1–5. https://prosiding.pnj.ac.id/index.php/SNAM/article/view/766%0Ahttps://prosiding.pnj.ac.id/index.php/SNAM/article/download/766/830.

Wilardjo, Setia Budi. "Pengertian, Peranan Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia." *Unimus* 2, no. 1 (2004): 2.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner

Lampiran : Kuisioner Penelitian

Perihal : Permohonan Bantuan Pengisian Kuisioner

Yth. Bapak/Ibu Responden

Di Tempat

Responden yang terhormat,

Sehubungan dengan tugas akhir program studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, saya :

Nama : Narendra Harullydiningrat Dyah Pramudyawardhany

NIM : 1805036100

Bermaksud untuk melaksanakan penelitian untuk menyusun skripsi yang berjudul **" Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Untuk Membayar Zakat (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Semarang)".**

Saya menyadari hadirnya kuisioner ini mengganggu aktifitas responden. Dengan kerendahan hati saya mohon responden berpartisipasi melakukan pengisian daftar pertanyaan yang terkandung dalam kuisioner dengan keadaan sebenarnya. Saya menjamin kerahasiaan identitas responden.

Demikian yang dapat saya sampaikan atas perhatian dan partisipasi anda saya sampaikan terima kasih.

Hormat Saya,

Peneliti

Narendra H.D.P

18036100

KUISIONER PENELITIAN

A. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (√) pada kolom Bapak/Ibu/Sdr/I pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dengan alternatif jawaban sebagai berikut :

Sangat Tidak Setuju (STS)

Tidak Setuju (TS) = 1

Netral (N) = 2

Setuju (S) = 3

Sangat Setuju (SS) = 4

B. Identitas

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia : ☐25-29 ☐30-34
   ☐35-39 ☐40-44
4. Pendidikan : ☐ SMP ☐ SMA
   ☐ D3-S1 ☐ S1-S2
5. Pekerjaan : ☐ Mahasiswa ☐ PNS
   ☐ Karyawan BUMN
   ☐ Karyawan Swasta
   ☐ Wirausaha ☐ Lainnya
6. Pendapatan :
   ☐ < Rp. 1.000.000

☐ Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000

☐ Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000

☐ > Rp. 5.000.000

7. Intensitas penggunaan : ☐ <5 kali ☐ 5-10 kali

☐ >10 kali

C. Daftar Pertanyaan

1. **Kemudahan (X1)**

NO	Daftar Pertanyaan	Alternatif Pertanyaan				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Mudah dalam memahami cara kerja *mobile banking*					
2.	Mudah dalam mengakses aplikasi *mobile banking*					
3.	Layanan untuk bertransaksi mudah dimengerti					
4.	Mudah dalam pengaturan atau setting *mobile banking*					
5.	Dapat menggunakan layanan dimana saja dan kapan saja					
6.	Tidak memerlukan banyak waktu dan usaha yang lebih dalam penggunaan					

2. **Fitur Layanan (X2)**

NO	Daftar Pertanyaan	Alternatif Pertanyaan				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya terbantu dalam informasi transaksi perbankan dan zakat					
2.	Terdapat tutorial mengakses fitur layanan					
3.	Tersedia fitur layanan perbankan dan zakat					

4.	Terdapat inovasi berbagai macam fitur layanan perbankan dan zakat beserta turorial yang sangat					
5.	Terdapat fitur pembayaran zakat secara *real time*					
6.	Tampilan fitur layanan jelas					

3. **Minat (Y)**

NO	Daftar Pertanyaan	Alternatif Pertanyaan				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Muncul minat dalam membayar zakat menggunakan *mobile banking*					
2.	Adanya minat menggali informasi cara menggunakan dan memanfaatkan *mobile banking* untuk membayar zakat					
3.	Terdapat minat merekomendasikan *mobile banking* untuk membayar zakat kepada orang lain					
4.	Terdapat layanan perbankan dan zakat yang diminati sehingga ingin terus digunakan					

Lampiran 2. Tabulasi Data

Kemudahan (X1)						
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
5	5	5	4	4	4	27
3	3	5	3	3	3	20
4	5	5	4	4	4	26
5	5	5	4	4	4	27
4	4	5	4	4	4	25
3	3	4	3	3	4	20
4	4	3	4	4	3	22
2	2	2	3	2	1	12
2	1	2	1	2	1	9
5	4	3	5	4	3	24
1	1	1	2	1	2	8
3	3	2	3	2	2	15
2	3	2	2	2	2	13
1	2	3	2	1	2	11
3	4	4	3	2	3	19
1	1	1	1	1	1	6
3	3	3	4	3	4	20

3	4	3	4	3	4	21
4	3	3	4	3	4	21
4	4	4	4	4	5	25
5	4	4	5	5	5	28
2	3	2	2	2	2	13
5	4	5	4	4	5	27
1	2	2	1	2	2	10
2	2	1	2	1	1	9
5	4	4	5	4	5	27
4	3	4	3	4	5	23
5	5	4	5	5	5	29
5	4	5	4	5	5	28
3	2	1	2	3	2	13
4	3	4	3	3	4	21
1	2	1	2	2	1	9
4	5	5	5	4	5	28
4	3	3	4	5	5	24
4	5	5	5	5	5	29
5	5	4	4	5	5	28
5	5	3	3	3	4	23
1	1	1	1	1	1	6
3	4	3	3	3	3	19
4	4	3	4	4	4	23
5	5	4	4	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	3	3	23
4	3	2	3	3	2	17
5	4	3	3	3	4	22
5	4	4	4	5	5	27
4	3	3	2	4	4	20
4	4	2	4	4	5	23
5	4	3	4	4	4	24
5	4	4	3	4	4	24
3	3	2	3	3	4	18
4	4	2	4	4	5	23
4	4	3	4	4	4	23
3	2	2	1	2	2	12
4	4	2	4	4	5	23
3	3	1	2	2	3	14
4	3	3	3	3	4	20
5	4	3	4	4	5	25
4	5	2	4	4	4	23
5	4	3	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	5	3	4	4	3	23
3	3	3	3	3	3	18

4	4	3	4	4	5	24
1	1	1	1	1	1	6
2	2	2	2	2	2	12
3	3	1	3	3	3	16
3	4	2	4	4	5	22
4	3	2	4	4	3	20
4	3	2	4	4	3	20
5	4	5	4	5	5	28
4	4	5	4	4	5	26
4	4	5	4	5	5	27
3	3	3	3	3	4	19
2	3	1	3	3	4	16
5	4	4	4	4	5	26
5	5	5	5	4	5	29
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	3	3	24
2	2	2	2	2	2	12
2	3	1	2	2	3	13
1	1	1	1	1	1	6
5	4	3	2	3	4	21
5	4	5	4	5	5	28
3	3	3	3	3	3	18
2	3	1	2	2	2	12
4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	4	5	27
3	2	5	4	5	3	22
4	3	4	5	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	3	3	5	23
2	2	1	2	2	1	10

Layanan Zakat (X2)						
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
4	4	5	5	5	4	27
2	2	3	3	3	4	17
3	3	5	4	4	5	24
5	4	5	5	4	5	28
4	4	5	5	5	5	28
3	3	4	4	4	3	21
3	3	4	4	5	4	23
1	1	2	2	2	1	9
2	2	3	3	3	2	15

4	4	5	5	5	4	27
1	1	1	1	1	2	7
3	3	4	4	4	3	21
2	2	3	3	3	2	15
1	1	2	4	3	1	12
4	4	5	5	5	4	27
1	1	2	2	2	1	9
3	3	4	4	4	3	21
4	4	5	5	5	4	27
5	5	4	4	4	5	27
5	5	5	4	5	5	29
5	5	5	4	4	5	28
2	2	2	2	2	2	12
4	5	5	4	4	5	27
1	1	2	2	2	2	10
2	2	1	1	1	2	9
4	4	5	5	5	5	28
3	3	4	5	5	4	24
4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
2	2	5	5	5	4	23
3	3	4	4	4	5	23
1	1	2	2	3	3	12
5	5	5	4	5	4	28
3	3	5	5	4	4	24
5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	5	5	5	29
4	4	5	5	4	4	26
1	1	2	2	2	2	10
3	3	4	4	4	3	21
4	4	5	5	4	4	26
4	5	5	5	5	4	28
5	5	4	5	5	4	28
5	4	4	5	5	5	28
2	2	3	4	4	5	20
3	3	4	4	4	3	21
5	5	4	4	5	5	28
2	2	5	5	5	3	22
5	5	3	3	4	3	23
3	3	4	4	5	5	24
3	4	5	5	4	3	24
3	2	5	5	4	3	22
5	5	3	3	5	4	25
4	4	3	3	5	5	24
3	3	1	2	2	3	14
5	5	3	3	3	5	24

3	3	2	2	1	2	13
4	4	4	3	3	4	22
5	5	3	4	4	3	24
5	4	2	2	2	3	18
5	5	3	3	4	4	24
5	5	4	3	5	4	26
4	4	3	3	4	2	20
3	3	4	4	2	1	17
4	4	3	3	3	2	19
5	4	3	3	2	1	18
1	1	2	2	2	1	9
2	2	1	1	1	2	9
3	3	2	2	2	1	13
5	5	4	4	4	3	25
4	5	3	2	2	1	17
5	5	4	4	3	4	25
5	5	4	4	3	4	25
4	4	3	3	3	5	22
4	4	5	5	4	5	27
5	5	4	5	5	5	29
3	3	4	4	3	3	20
5	5	5	5	5	5	30
5	4	3	2	1	4	19
5	3	2	1	4	5	20
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	4	3	2	19
1	1	2	2	2	3	11
2	2	2	2	2	2	12
4	3	3	4	5	3	22
5	5	4	5	4	5	28
3	3	4	4	3	3	20
3	2	2	4	3	2	16
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	5	28
3	3	4	4	4	3	21
2	3	5	4	3	4	21
5	4	5	3	4	5	26
5	5	4	4	5	5	28
4	4	5	5	5	4	27
3	4	5	3	3	5	23
1	1	2	1	2	1	8

Minat (Y)				
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y
4	5	4	4	17

3	4	3	2	12
5	5	4	4	18
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
3	4	4	3	14
3	3	3	2	11
1	2	1	1	5
2	3	2	2	9
4	4	5	4	17
1	2	2	1	6
4	5	4	3	16
3	2	3	2	10
4	2	3	2	11
5	4	4	3	16
3	2	2	2	9
3	2	2	1	8
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	5	5	4	19
5	4	4	4	17
3	2	2	1	8
4	5	4	5	18
3	2	2	1	8
2	1	2	1	6
4	5	5	4	18
4	3	5	4	16
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
3	4	5	4	16
5	4	4	3	16
3	3	2	3	11
4	4	4	4	16
3	4	3	3	13
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
4	5	3	3	15
3	2	1	1	7
3	3	3	2	11
4	3	3	3	13
3	4	5	5	17
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
4	5	5	5	19
3	4	4	4	15
3	4	3	5	15

2	2	2	2	8
3	3	3	3	12
4	3	4	3	14
5	3	3	3	14
4	2	2	2	10
5	3	3	3	14
2	1	1	1	5
4	3	3	3	13
4	3	3	1	11
5	5	2	2	14
2	2	2	2	8
2	3	3	4	12
3	4	4	4	15
2	5	5	5	17
4	3	3	1	11
1	1	2	2	6
2	2	3	3	10
3	3	4	4	14
2	2	1	1	6
1	1	1	2	5
3	4	4	2	13
4	5	5	5	19
2	3	3	4	12
5	3	3	3	14
4	5	5	4	18
3	4	4	3	14
3	5	3	3	14
4	5	5	5	19
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
2	2	2	2	8
2	4	4	3	13
5	2	2	2	11
4	5	3	3	15
1	1	1	1	4
2	3	3	4	12
3	4	5	4	16
3	3	3	5	14
4	3	3	3	13
3	2	2	3	10
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
3	4	4	3	14
4	3	2	2	11
5	4	4	5	18
3	4	5	5	17

4	5	5	4	18
3	3	3	3	12
1	1	1	1	4

Lampiran 3. Hasil Output SPSS Analisis Statistik Deskriptif

Statistics

		X1	X2	Y
N	Valid	96	96	96
	Missing	0	0	0
Mean		20.76	21.58	13.48
Std. Deviation		6.588	6.319	4.292
Minimum		6	7	4
Maximum		30	30	20

Lampiran 4. Hasil output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Variabel Kemudahan (X1)

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
Pearson Correlation	1	.823**	.703**	.783**	.825**	.783**	.910**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96
Pearson Correlation	.823**	1	.692**	.809**	.768**	.782**	.899**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96
Pearson Correlation	.703**	.692**	1	.704**	.719**	.691**	.843**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96
Pearson Correlation	.783**	.809**	.704**	1	.859**	.794**	.912**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96

Pearson Correlation	.825**	.768**	.719**	.859**	1	.846**	.927**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96
Pearson Correlation	.783**	.782**	.691**	.794**	.846**	1	.908**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	96	96	96	96	96	96	96
Pearson Correlation	.910**	.899**	.843**	.912**	.927**	.908**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	96	96	96	96	96	96	96

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

Variabel Fitur Layanan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.940**	.474**	.434**	.529**	.611**	.807**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	.940**	1	.558**	.490**	.553**	.620**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	.474**	.558**	1	.859**	.743**	.636**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.4	Pearson Correlation	.434**	.490**	.859**	1	.798**	.561**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.5	Pearson Correlation	.529**	.553**	.743**	.798**	1	.694**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.6	Pearson Correlation	.611**	.620**	.636**	.561**	.694**	1	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000

	N	96	96	96	96	96	96	96
X2	Pearson Correlation	.807**	.840**	.846**	.819**	.858**	.828**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

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

Variabel Minat (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.619**	.559**	.478**	.748**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
Y2	Pearson Correlation	.619**	1	.824**	.756**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
Y3	Pearson Correlation	.559**	.824**	1	.835**	.927**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
Y4	Pearson Correlation	.478**	.756**	.835**	1	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
Y	Pearson Correlation	.748**	.919**	.927**	.889**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

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

2. Uji Reliabilitas

Variabel Kemudahan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.951	6

Variabel Fitur Layanan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	6

Variabel Minat (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	4

Lampiran 5. Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.38500070
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.047
	Negative	-.069
Test Statistic		.069
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.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.617	.886		1.826	.071		
X1	-.148	.074	-.227	-2.009	.047	.260	3.848
X2	.692	.077	1.019	9.012	.000	.260	3.848

a. Dependent Variable: Y

3. Uji Heterokedastisitas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.861	.520		3.582	.001
X1	.078	.043	.361	1.805	.074
X2	-.073	.045	-.324	-1.622	.108

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran 6. Hasil Output SPSS Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Uji Analisis Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.617	.886		1.826	.071
X1	-.148	.074	-.227	-2.009	.047
X2	.692	.077	1.019	9.012	.000

Lampiran 7. Hasil Output SPSS Pengujian Hipotesis

a. Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.617	.886		1.826	.071
X1	-.148	.074	-.227	-2.009	.047
X2	.692	.077	1.019	9.012	.000

b. Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1209.577	2	604.788	104.084	.000[b]
	Residual	540.382	93	5.811		
	Total	1749.958	95			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

c. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.831[a]	.691	.685	2.411

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian















DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	: Narendra Harullydiningrat Dyah Pramudyawardhany
Nomor Induk Mahasiswa	: 1805036100
Tempat Tanggal Lahir	: Blora, 27 Desember 1999
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Alamat	: Jl. Transisi no.38 Rt. 001 Rw. 003 Ngelo, Cepu, Blora
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: S1 Perbankan Syariah
Email	: narindra559@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. SD N 01 Ngelo (2006-2012)
2. SMP N 2 Cepu (2012-2015)
3. SMA N 1 Cepu (2015-2018)
4. UIN Walisongo Semarang (2018-Sekarang)

Semarang, 16 Juni 2025

Narendra H.D.P