

**PENGARUH KEAMANAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN
DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN
MOBILE BANKING**

(Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1) dalam Ilmu
Perbankan Syariah



Disusun Oleh:

NILTA LUTFIANI

NIM 1905036114

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2023

PERSETUJUAN PEMBIMBING



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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : -

Hal : Naskah Skripsi

An.Sdra. Nilta Lutfiani

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb

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

Nama : Nilta Lutfiani
Nim : 1905036114
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 10 April 2023

Pembimbing I

Muyassarrah, M.SI.

NIP. 197104292016012901

Pembimbing II

Mardhiaturrositaningsih, ME

NIP. 199303112019032020

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
* FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Km 2 (024) 7608454 Fax. 7608454 Semarang 50185
Website: <http://febi.walisongo.ac.id>

PENGESAHAN

Nama : Nilta Lutfiani

Nim : 1905036114

Judul : PENGARUH KEAMANAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus).

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: **14 April 2023**.

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir, guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 25 April 2023

Dewan Penguji,

Ketua Sidang


Ferry Khushni Mubarak, M.A.
NIP: 199005242018011001

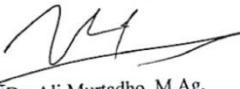
Sekretaris Sidang


Mardhiyaturrositaningsih, ME.
NIP: 199303112019032020

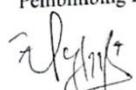
Penguji Utama I


Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, M.Si.
NIP: 198607182019031007

Penguji Utama II


Dr. Ali Murtadho, M.Ag.
NIP: 197108301998031003

Pembimbing I


Muyassarrah, M.Si.
NIP: 197104292016012901

Pembimbing II


Mardhiyaturrositaningsih, ME.
NIP: 199303112019032020



MOTTO

Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 216

وَعَسَىٰ أَنْ تَكْرَهُهُوَ شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ وَعَسَىٰ أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ وَاللَّهُ بِعَلْمِ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui , sedang kamu tidak mengetahui”.

“Hidup itu harus seperti kereta, yang tidak jelas ditinggal, yang menghalangi ditabrak, fokus cuma pada jalurnya”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang-orang yang penulis cintai dan banggakan yang senantiasa selalu mengiringi doa dan dukungan dalam setiap langkah penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan kepada Ibu Suciatiningsih dan Bapak Syakur selaku orang tua penulis tercinta yang telah membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang dan senantiasa mendoakan penulis dengan penuh keikhlasan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa Bapak Zaenul Anwar (Alm) dan Nenek Sumiati (Alm) yang juga telah memberikan bantuan dan kasih sayang kepada penulis. Kepada Nabila selaku teman seperjuangan dari masa sekolah yang telah menemani dan selalu setia mendengarkan keluh kesah penulis. Karena mereka penulis semangat dan dapat menyelesaikan skripsi ini.

DEKLARASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak berisi materi yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pemikiran orang lain, kecuali informasi kecuali informasi yang terdapat di dalam referensi sebagai bahan rujukan penulis.

Semarang, 10 April 2023

Penulis,



Nita Lutfiani

NIM : 1905036114

TRANSLITERASI

Transliterasi pada sebuah skripsi diperlukan dikarenakan terdapat sebagian kata yang berupa nama orang, judul buku, nama lembaga, dan lain sebagainya yang secara asli ditulis dengan huruf arab sehingga harus disalin ke dalam huruf latin, sehingga perlu sebuah transliterasi sebagai jaminan konsistensi.

A. Konsonan

ء = ‘	س = s	ل = l
ب = b	ش = sy	م = m
ت = t	ص = sh	ن = n
ث = ts	ض = dl	و = w
ج = j	ط = th	ه = h
ح = h	ظ = zh	ي = y
خ = kh	ع = ‘	
د = d	غ = gh	
ذ = dz	ف = f	
ر = r	ق = q	
ز = z	ك = k	

B. Vokal

اَ = a

اِ = i

اُ = u

C. Diftong

أَي = ay

أَو = aw

D. Syaddah (ّ-)

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

E. Kata Sandang (....ال)

Kata Sandang (....ال) ditulis dengan *al-* misalnya = الصناعة *al-shina'ah*. *Al-* ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbutah (ة)

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

ABSTRAK

Peningkatan penggunaan teknologi perbankan melalui mobile banking menjadi fenomena menarik dalam industri perbankan saat ini. Bank cabang di Kudus juga mengalami peningkatan pengguna mobile banking setiap tahunnya. Namun, meskipun terdapat peningkatan tersebut, jumlah nasabah yang menggunakan mobile banking di bank cabang Kudus masih relatif rendah, hanya mencapai 18% dari jumlah total nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana keamanan, persepsi kemudahan penggunaan dan gaya hidup dapat berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Mobile Banking serta menguji seberapa besar pengaruh simultan ketiga variabel tersebut. Objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah nasabah BSI cabang Kudus pengguna Mobile Banking sebanyak 98 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik probability sampling. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. metode analisis regresi berganda. Variabel yang akan diteliti adalah keamanan (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2), gaya hidup (X3), dan keputusan menggunakan *Mobile Banking* (Y).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, secara parsial variabel keamanan berpengaruh positif dengan nilai signifikansi $0,0009 < 0,05$ dengan nilai koefisien sebesar 0,250. Variabel persepsi kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif dengan nilai signifikansi $0,0001 < 0,05$ dengan nilai koefisien sebesar 0,0241. Sedangkan variabel gaya hidup juga berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan Mobile Banking dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan nilai koefisien sebesar 0,311. Selain itu, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menggunakan mobile banking dengan nilai koefisien statistic uji F sebesar $20,790 > F_{tabel} 2,70$. Analisis koefisien determinan (R²) sebesar 0,380 atau 38%. Angka tersebut mempunyai maksud bahwa pengaruh keamanan, persepsi kemudahan penggunaan dan gaya hidup secara simultan adalah 38% sedangkan sisanya sebesar 62% di pengaruhi variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, gaya hidup, *mobile banking*

ABSTRACT

The increasing use of banking technology through mobile banking is an interesting phenomenon in the banking industry today. Bank branches in Kudus also experience an increase in mobile banking users every year. However, despite this increase, the number of customers using mobile banking at the Kudus branch bank is still relatively low, only reaching 18% of the total number of customers. This study aims to determine how security, perceived ease of use and lifestyle can influence decisions to use Mobile Banking and test how much simultaneous influence the three variables have. The research object used in this study is BSI Kudus branch customers who use Mobile Banking as many as 98 respondents. The sampling technique used probability sampling techniques. Data collection techniques through distributing questionnaires. multiple regression analysis method. The variables to be studied are security (X1), perceived ease of use (X2), lifestyle (X3), and the decision to use Mobile Banking (Y).

The results showed that, partially, the security variable had a positive effect with a significance value of $0.0009 < 0.05$ with a coefficient value of 0.250. The perceived ease of use variable partially has a positive effect with a significance value of $0.0001 < 0.05$ with a coefficient value of 0.0241. Meanwhile, the lifestyle variable also has a positive effect on the decision to use Mobile Banking with a significance value of $0.000 < 0.05$ with a coefficient value of 0.311. In addition, the three variables also simultaneously influence the decision to use mobile banking with an F test statistical coefficient value of $20,790 > F_{table} 2.70$. Analysis of the coefficient of determination (R^2) of 0.380 or 38%. This figure means that the effect of security, perceived ease of use and lifestyle simultaneously is 38% while the remaining 62% is influenced by other variables not explained in this study.

Keywords: security, perceived ease of use, lifestyle, mobile banking

KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu kita panjatkan akan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan atas rahmat dan hidayah-Nya kepada semua hamba-Nya terlebih kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat guna memperoleh gelar strata 1 prodi perbankan syariah. Sholawat serta salam selalu kita haturkan kepada nabi Agung Muhammad SAW sebagai Nabi akhir zaman pembawa rahmat kepada kita semua. Dalam penyusunan skripsi ini tentu tidak akan lepas dari bantuan dari berbagai pihak baik dalam memberikan ide, kritik dan saran kepada penulis. Oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis sampaikan terimakasih dengan sepuh hati kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M. Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
2. Dr. Muhammad Saifullah, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Heny Yuningrum, S.E., M. Si, selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah yang telah memberikan izin penelitian ini guna penyusunan skripsi.
Bapak Prof. Musahadi, M. Ag, selaku wali dosen yang telah berkenan membimbing dan memberi arahan serta kritikan dalam masa perkuliahan.
4. Muyassarah, M.SI. selaku pembimbing 1 dan Mardhiyaturositaningsih, ME. selaku pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran guna membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Seluruh dosen fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang senantiasa mengarahkan serta memberi motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Segenap karyawan BSI Cabang Kudus yang telah memberikan informasi dalam penyusunan skripsi ini.
7. Orang tua yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah senantiasa membalas semua amal kebaikan mereka dengan balasan yang lebih baik dari apa yang mereka berikan. Penulis Juga Menyadari

bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, baik dari segi bahasa, isi maupun analisis, sehingga kritik dan saran sangat penulis harapkan guna kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Aamiin Ya Rabba al-‘Alamin.

Semarang, 10 April 2023

Penulis,

Nilta Lutfiani

NIM : 1905036114

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
TRANSLITERASI	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACK	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR DIAGRAM	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan	9
1.3.2 Manfaat	9
1.4 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Perilaku Konsumen	12
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	12
2.1.2 Jenis Perilaku Konsumen	13

2.1.3	Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	14
2.2	Keputusan Penggunaan	15
2.2.1	Pengertian Keputusan Penggunaan	15
2.1.2	Tahapan Pengambilan Keputusan	16
2.1.3	Indikator Keputusan Penggunaan	18
2.3	<i>Mobile banking</i> (BSI Mobile)	19
2.3.1	Pengertian Mobile Banking.....	19
2.3.2	Dampak Penggunaan Mobile banking	21
2.3.3	Kelebihan dan Kekurangan Mobile banking BSI (BSI Mobile).....	21
2.3.4	Fitur BSI Mobile	22
2.3.5	Cara Mendaftar BSI Mobile.....	26
2.4	Keamanan	27
2.4.1	Pengertian Keamanan.....	27
2.4.2	Indikator dalam keamanan penggunaan mobile banking.....	31
2.5	Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	32
2.5.1	Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan	32
2.5.2	Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Kemudahan Penggunaan Dalam Menggunakan Suatu Teknologi	34
2.5.3	Indikator Persepsi Kemudahan	35
2.6	Gaya Hidup.....	38
2.6.1	Pengertian Gaya Hidup	38
2.6.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	40
2.6.3	Jenis- Jenis Gaya Hidup.....	44
2.6.4	Indikator gaya hidup	45
2.7	Penelitian Terdahulu.....	46
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritik	51
2.9	Hipotesis Penelitian	51
BAB III	54
METODE PENELITIAN	54
3.1	Jenis dan Metode Penelitian	54
3.2	Jenis dan Sumber Data	54
3.3	Populasi dan Sampel	55

3.3.1	Populasi.....	55
3.3.2	Sampel.....	55
3.3	Teknik Pengumpulan Data	56
3.4	Variabel Penelitian dan Pengukuran	58
3.4.1	Variabel Penelitian	58
3.4.2	Pengukuran	58
3.5	Definisi Operasional.....	60
3.6	Teknik Analisis Data	62
3.6.1	Uji Validitas	62
3.6.2	Uji Reliabilitas	62
3.6.3	Uji Normalitas.....	63
3.6.4	Uji Multikolinieritas.....	63
3.6.5	Uji Heteroskedastisitas.....	64
3.6.6	Uji Autokorelasi	64
3.6.7	Analisis Regresi Linier Berganda	65
3.6.8	Uji koefisien determinasi (R ²).....	65
3.6.9	Uji simultan F.....	66
3.6.10	Uji Parsial T	66
BAB IV	67
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	67
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.1.1	Sejarah Bank Syariah Indonesia.....	67
4.1.2	Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KC Kudus.....	68
4.1.3	Struktur Organisasi BSI KC Kudus.....	68
4.1.4	Produk-Produk BSI KC Kudus.....	70
4.2	Deskripsi Responden	71
4.3	Uji Instrumen Penelitian.....	75
4.3.1	Uji Validitas.....	75
4.3.2	Uji Reliabilitas	77
4.4	Uji Asumsi Klasik	77
4.4.1	Uji Normalitas.....	77
4.4.2	Uji Multikolinieritas.....	79

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	80
4.4.4 Uji Autokorelasi.....	81
4.5 Pengujian Hipotesis	82
4.5.1 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	82
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	84
4.5.3 Uji Signifikansi Simultan (F-Test).....	85
4.5.4 Uji Signifikansi Parsial (T-test)	86
4.6 Pembahasan Hasil Analisis Data	88
BAB V.....	94
PENUTUP.....	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	103
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Mobile banking di BSI KC Kudus Ahmad Yani 13

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis kelamin	71
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	72
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	73
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas.....	76
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas	78
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinieritas	79
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Tabel 4. 10 Hasil Uji Autokorelasi	82
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	83
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	84
Tabel 4. 13 Hasil Uji F-Test.....	85
Tabel 4. 14 Hasil Uji T-test.....	87

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4. 1 Jenis kelamin.....	72
Diagram 4. 2 Usia	73
Diagram 4. 3 Pendidikan.....	74
Diagram 4. 4 Pekerjaan	75

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia kini sedang mengalami kemajuan teknologi yang signifikan dan cepat sebagai negara berkembang. Peran teknologi memberikan dampak yang signifikan terhadap gaya hidup masyarakat yang terus mencari kemudahan dalam melakukan berbagai aktivitas. Salah satu contohnya adalah penggunaan teknologi informasi berupa internet. Jutaan konsumen di seluruh dunia memiliki akses ke layanan telekomunikasi dan sumber informasi melalui Internet. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII), media sosial telah menggantikan kebutuhan dasar sebagai kebutuhan baru dalam kehidupan masyarakat. Penetrasi internet di Indonesia yang mencapai 78,19 persen pada tahun 2023 dan mencapai 215.626.156 orang dari total 275.773.901 orang di Indonesia menjadi buktinya. Dari total populasi 266,91 juta penduduk Indonesia, jumlah pengguna internet di Indonesia baru mencapai 73% jika dibandingkan dengan tahun 2020, atau 196,71 juta orang. Oleh karena itu, semakin banyak orang yang menggunakan internet setiap tahunnya.¹

Sejalan dengan perkembangan internet yang begitu pesat, bank-bank juga menyediakan gaya hidup modern dengan menyediakan layanan keuangan yang dapat diakses secara online atau dikenal juga dengan istilah "e-banking" (SMS banking, phone banking, mobile banking, dan internet banking). Nasabah dapat melakukan berbagai transaksi menggunakan e-banking kapan saja dan dari mana saja, termasuk dari rumah, kantor, atau bahkan ketika sedang terjebak macet. Karena begitu lazimnya penggunaan ponsel dan internet dalam kegiatan sehari-hari, penggunaan ponsel dan internet telah berkembang menjadi sebuah gaya hidup.

¹APJII, "Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang", <https://m.bisnis.com/amp/read/20230308/101/1635219/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>, diakses pada 28 maret 2023.

Semakin banyak orang yang mulai menggunakan perangkat mobile untuk memenuhi kebutuhan perbankan mereka. Ketersediaan transaksi sederhana dengan sekali sentuh membuat layanan mobile banking mampu memenuhi tuntutan masyarakat kontemporer. Nasabah yang menggunakan mobile banking dapat merasakan kemudahan dalam melakukan beragam transaksi yang diinginkan berkat bantuan perangkat mobile yang semakin canggih. Mobile banking dikatakan berkembang paling cepat di antara layanan e-banking lainnya. Perkembangannya disebabkan oleh ketersediaan layanan mobile banking yang dapat memenuhi tuntutan masyarakat modern yang mengutamakan mobilitas. Mobile banking menawarkan kemudahan untuk memiliki layanan keuangan dalam satu genggaman hanya dengan satu kali klik. Menurut hasil riset MARS Indonesia, setidaknya ada tiga alasan utama mengapa nasabah perbankan membutuhkan layanan mobile banking. Alasan-alasan tersebut antara lain adalah kemudahan untuk tidak perlu mengunjungi bank atau ATM, mempercepat proses transaksi, dan kemudahan untuk memeriksa saldo melalui perangkat mobile.²

Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah Pada 1 Februari 2021 menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah (Bank Mandiri, BNI, BRI).³ BSI juga meluncurkan aplikasi mobile banking yang dinamakan BSI Mobile yang setiap tahunnya mengalami peningkatan. Anton Sukarna, Head of Sales and Distribution Bank Syariah Indonesia (BSI) Tbk, mencatat transaksi digital BSI semakin meningkat. Basis pengguna BSI Mobile tumbuh lebih dari 2,7 juta pada akhir Agustus 2021, naik 79,4% year-on-year, dan pengguna aktif melebihi satu juta, naik 92,5% year-on-year. Pada Juni 2022, jumlah pengguna BSI Mobile tumbuh menjadi 4,47 juta, meningkat 81 persen dibanding

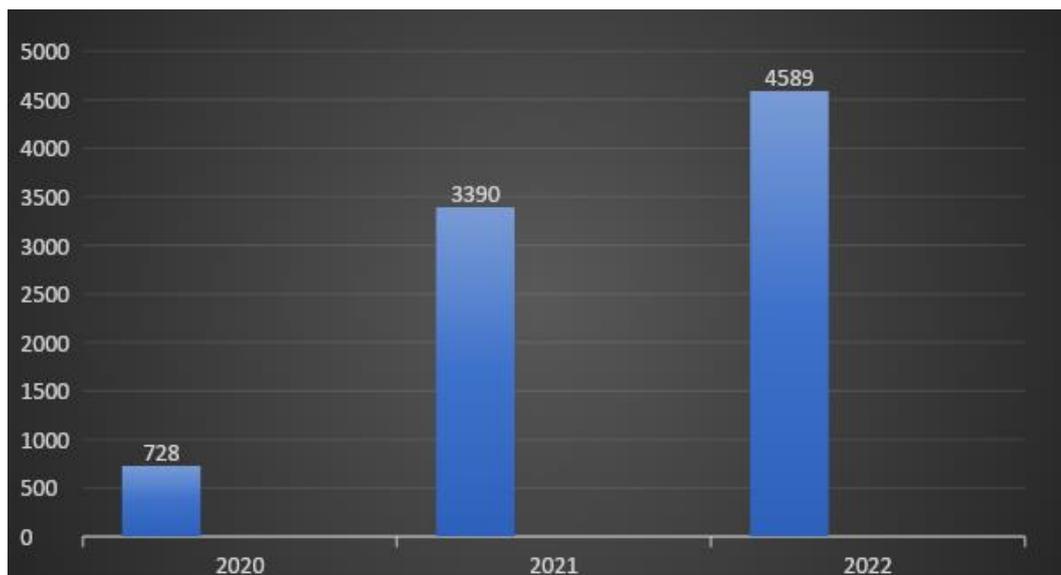
² Dedeh Sri Sudaryanti et al, "Analisa Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia," *Jurnal Ekonomi Manajemen* vol.4, no. no.2 (2018): h. 96-107, <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>.

³ BSI, 'Tentang Kami Informasi Lengkap Tentang Bank Syariah Indonesia' <<https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>> di akses 01 Januari 2023.

tahun sebelumnya.⁴ PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) melaporkan jumlah pengguna layanan digital BSI Mobile mencapai 4,81 juta pada tahun 2022. Angka ini meningkat 39% dibandingkan tahun sebelumnya (YoY) pada tahun 2021. Sekitar 97 persen nasabah profil BSI saat ini menggunakan saluran elektronik untuk transaksi perbankan mereka. Seiring jumlah pengguna BSI Mobile yang terus meningkat, jumlah kumulatif transaksi yang dilakukan melalui BSI Mobile per Desember 2022 mencapai 266,43 juta, menunjukkan pertumbuhan sebesar 114% YoY.⁵

Kenaikan jumlah pengguna *Mobile banking* juga dialami oleh BSI Kudus Ahmad Yani 1 di setiap tahunnya, hal ini dapat kita lihat dalam grafik berikut:

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Mobile banking di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1



Sumber : BSI KC Kudus Ahmad Yani 1

⁴ Syahrizal Sidik, 'Mobile banking Bank Syariah Indonesia Melesat 98%' <<https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20210823140844-29-270488/gegara-ini-mobile-banking-bank-syariah-indonesia-melesat-98> diakses pada 24 November 2022.

⁵ Achmad Ghifari Firdaus, "Umlah Pengguna Layanan Digital BSI Mobile Yang Telah Mencapai 4,81 Juta Pengguna Pada 2022" <https://finance.wartaekonomi.co.id/read20283/pengguna-bsi-mobile-capai481-juta-melesat-39-pada-2022> 8 diakses pada 8 Maret 2023.

Menurut Branch Operasional Service Manager BSI Kantor Cabang (KC) Kudus Ahmad Yani 1 Eko walaupun adanya pertumbuhan pengguna BSI Mobile di Indonesia dan di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 yang mengalami peningkatan secara signifikan setiap tahunnya, namun nasabah pengguna layanan digital di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 masih mencapai 4.589 pengguna dari total 25.935 nasabah. Jadi pengguna BSI Mobile di BSI kc Kudus Ahmad Yani 1 hanya sebesar 18%, hal ini menarik minat penulis dalam mengidentifikasi pengaruh nasabah dalam berkeputusan menggunakan layanan digital tersebut.⁶ Beberapa faktor yang dapat meningkatkan penggunaan *mobile banking* adalah peningkatan dalam aspek keamanan, kemudahan penggunaan dan gaya hidup.

Keamanan adalah kemampuan perusahaan untuk mengontrol dan menjaga keamanan transaksi data.⁷ Keamanan memberikan kemampuan sistem untuk mencegah penggunaan data secara ilegal atau tidak efisien untuk mencegah penjahat cyber dan peretas.⁸ Keamanan adalah hal terpenting yang dicari nasabah saat menyimpan uangnya ke bank. Karena banyaknya risiko, terutama transfer dana dan data melalui akses tidak sah, maka jika bank tidak dapat menjamin keamanannya banyak orang yang enggan melakukan transaksi online. Jika aplikasi *mobile banking* dapat meningkatkan keamanan informasi atau keamanan perbankan maka ketertarikan atau minat nasabah akan meningkat. Rasa aman dapat diungkapkan ketika seseorang menggunakan *mobile banking*.⁹

⁶ Hasil Wawancara Dengan Bapak Eko, Selaku Branch Operasional Service Manager Pada 29 Desember 2022.

⁷ J Kamarudin et al, "Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan, Dan Resiko Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Kabupaten Mamuju)," *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* vol.1, no. no.2 (2022):h.1118,<https://stiemmamuju.ejournal.id/FJIIM/article/view/123%0Ahttps://stiemmamuju.e-journal.id/FJIIM/article/download/123/63>.

⁸ Shah A, Factors Influencing Online Banking Customer Satisfaction and Their Importance in Improving Overall Retention Levels : An Indian Banking Perspective. *Information and Knowledge Management*, 2011, h. 44-45.

⁹ Moh Faqih Afghani and Emma Yulianti, "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank Bri Surabaya," *Journal of Business & Banking* vol 6, no. 1 (2017): h. 113-128.

Putra, Customer Service BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 mengungkapkan terkait masalah keamanan, BSI Mobile sampai saat ini masih terbilang sebagai alat transaksi yang cukup aman digunakan. Namun, masih ditemukan keluhan nasabah BSI KC Kudus terkait masalah keamanan seperti:

1. Gagal transfer tapi saldo hilang
2. Top up berhasil namun saldo tidak masuk
3. Tidak ada pemberitahuan keberhasilan dan kegagalan transaksi.¹⁰

Faktor lain adalah kemudahan penggunaan yang dirasakan, yang didefinisikan sebagai ukuran keyakinan individu bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.¹¹ Oleh karena itu, kemudahan penggunaan memberikan pemahaman bahwa suatu sistem tidak dibuat untuk mempersulit pengguna, melainkan untuk menyederhanakan tugas mereka. Kemudahan penggunaan sistem yang lancar dan aktivitas perbankan yang mudah dikelola dapat mendorong individu untuk menerima dan menggunakannya. Nasabah dapat dengan mudah mempelajari cara mengoperasikan *mobile banking* untuk kenyamanan bertransaksi jika kemudahan penggunaan sistem *mobile banking* memiliki layanan yang mudah dipahami dan digunakan.¹²

Hasil wawancara awal menurut putra customer service BSI Kudus Ahmad Yani 1, mengatakan bahwa terdapat beberapa keluhan dalam penggunaan yang sering terjadi yaitu:

1. Device yang kurang mendukung sehingga sering keluar masuk aplikasi dengan sendirinya.

¹⁰ Wawancara dengan Putra CS BSI, tanggal 08 November 2022 di BSI Kudus Ahmad Yani 1.

¹¹ Dandy kurnia, “pengaruh fitur, kemudahan penggunaan, keamanan, dan promosi, terhadap keputusan penggunaan digital banking jenius pt. bank tabungan pensiun nasional,” *UG JURNAL* 14, no. 8 (2020): h.2.

¹² Putri Amalia and Anna Zakiyah Hastriana, “Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, Dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep),” *Islamic Sciences, Sumenep* 1, no. 1 (2022): h. 70-89.

2. Sulitnya melakukan rekaman wajah saat mendaftar secara online sehingga membuat nasabah terpaksa mendatangi kantor bank.
3. Salah melakukan infaq setelah transaksi, karena munculnya fitur infaq setelah transaksi membuat nasabah sering salah pencet nominal dan tidak dapat dibatalkan.
4. Permintaan waktu habis yang menyebabkan nasabah harus berulang kali masuk aplikasi.

Beberapa masalah tersebut membuat para pengguna merasa kesulitan serta butuh usaha dalam mengoperasikan aplikasi dan beberapa masalah mengharuskan nasabah datang langsung ke bank untuk menyelesaikan masalahnya.¹³

Faktor lain yang mempengaruhi penggunaan teknologi *mobile banking* adalah gaya hidup masyarakat. Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang ditentukan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting di lingkungan mereka (minat), dan bagaimana mereka memandang diri mereka sendiri dan dunia di sekitar mereka (pendapat).¹⁴ Banyak orang menggunakan *mobile banking* untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan cara yang lebih efisien, nyaman, dan modern yang sesuai dengan gaya hidup mereka.¹⁵ Meningkatnya jumlah pengguna *mobile banking* di Indonesia menandakan bahwa layanan ini semakin banyak digunakan untuk transaksi perbankan dan sangat penting dalam memenuhi kebutuhan gaya hidup era digital baru serta menumbuhkan kepercayaan masyarakat Indonesia.¹⁶

¹³ Wawancara dengan Putra CS BSI, tanggal 08 November 2022 di BSI Kudus Ahmad Yani 1.

¹⁴ J. Setiadi, Nugroho, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Kencana, 2008), 148

¹⁵ Syfa Nuril Auliya, Abdul Rahman, and Danang Purwanto, "Fenomena Perilaku Konsumsi Menggunakan Sistem Pembayaran Cashless (Studi Kasus Masyarakat Di Kabupaten Kendal)," *Sosio e-Kons* 14, no. no 1 (2022): h. 88.

¹⁶ Salsabila Linnatunnisa and Safitri Rini, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan *Mobile banking* Yang Dimediasi Sikap Pengguna," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis* vol 9, no. 1 (2022): h. 301-314.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *customer service* BSI Kudus Ahmad Yani 1, nasabah bank BSI Kudus Ahmad Yani 1 berprofesi sebagai mahasiswa, karyawan swasta, buruh pabrik, pedagang, petani, PNS dan pegawai BUMN. Namun berdasarkan wawancara serta pra riset yang telah dilakukan, hanya sebagian kecil nasabah yaitu pegawai BUMN dan PNS yang menggunakan BSI mobile sebagai gaya hidup mereka seperti belanja online, pembayaran kebutuhan harian yang dilakukan dengan online dan transaksi perbankan lainnya yang dilakukan menggunakan BSI Mobile. Sebagian besar lainnya belum menggunakan BSI Mobile sebagai gaya hidup dan tidak jarang melakukan transaksi pembelian dengan tunai.¹⁷

Hasil penelitian Ramayani dkk membuktikan bahwa keamanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan internet banking,¹⁸ sedangkan penelitian yang dilakukan Umami Khoiriyah dan Purnama menyatakan Keamanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan.¹⁹ Selanjutnya penelitian yang dilakukan Arthika Rajaratnam menyatakan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*,²⁰ sedangkan penelitian yang dilakukan Salsabila Linnatunnisa dan Rini Safitri menyatakan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile.²¹ Penelitian yang dilakukan Salsabila Linnatunnisa dan Rini Safitri menyatakan gaya

¹⁷ Wawancara dengan Putra CS BSI, tanggal 29 Desember 2022 di BSI Kudus Ahmad Yani 1

¹⁸ Ramayani, Early Ridho Kismawadi, and Rifyal Dahlawy Chalil, "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan *Mobile banking*," *JIM* 2, no. 2 (2020): 1–16.

¹⁹ Umami Khoiriyah and Purnama Putra, "Analisis Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile" vol. 8, no. 03 (2022): h. 2522-2535.

²⁰ Arthika Rajaratnam, "A Study on Perceived Ease of Use on Customers Adoption to Use Mobile Banking Services," *International Research Journal of Advanced Engineering and Science* vol.6, no. no.1 (2020): h.21-28.

²¹ Salsabila Linnatunnisa and Rini, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan *Mobile banking* Yang Dimediasi Sikap Pengguna."

hidup berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *Mobile banking*,²² sedangkan penelitian yang dilakukan Hardiyanti mengatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari pola gaya hidup nasabah pada penggunaan aplikasi *Mobile banking*.²³

Penelitian ini dilakukan karena masih terdapat hasil yang tidak konsisten dari beberapa penelitian sebelumnya pada variabel keamanan, persepsi kemudahan penggunaan dan gaya hidup. Ada beberapa aspek yang berbeda dari penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan dengan penelitian sekarang. Penulis menggabungkan variabel yang memiliki hasil tidak konsisten. Penelitian ini mengambil objek perusahaan pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 1. Alasan peneliti memilih untuk melakukan penelitian pada perusahaan tersebut karena berdasarkan pra riset yang telah dilakukan terdapat masalah pada setiap variabel penelitian serta jumlah pengguna *mobile banking* yang masih sangat rendah yakni 18% dari jumlah nasabah sedangkan setiap pembukaan rekening baru dilakukan dengan *mobile banking* kecuali untuk lanjut usia yang tidak mengerti teknologi.

Berdasarkan informasi yang disajikan di atas serta kondisi kurangnya nasabah BSI kudus dalam penggunaan BSI Mobile maka peneliti berkeinginan untuk mempelajari lebih lanjut dan melakukan kajian yang lebih mendalam terkait keamanan, kemudahan penggunaan, dan praktik kehidupan sehari-hari selama menggunakan m-banking. Berdasarkan hal tersebut, penulis menerbitkan “Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile banking*” (Studi kasus nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus).

²² Ibid.

²³ Hardiyanti, “Pengaruh Pola Gaya Hidup Nasabah Terhadap Pengguna Aplikasi *Mobile banking* Di Kudus,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 01 (2022): h. 335-340.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dari peneliti adalah sebagai berikut :

1. Apakah keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* pada nasabah bank BSI KC Kudus Ahmad Yani 1?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* pada nasabah bank BSI KC Kudus Ahmad Yani 1?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* pada nasabah bank BSI KC Kudus Ahmad Yani 1?
4. Apakah keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* pada nasabah bank BSI KC Kudus Ahmad Yani 1?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan

1. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* pada BSI KC Kudus Ahmad Yani 1.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* pada BSI KC Kudus Ahmad Yani 1.
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* pada BSI KC Kudus Ahmad Yani 1.
4. Untuk mengetahui pengaruh keamanan, persepsi kemudahan penggunaan dan gaya hidup terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* pada BSI KC Kudus Ahmad Yani 1.

1.3.2 Manfaat

1. Secara teoritis
 - a. Ini dapat digunakan sebagai referensi atau bahan bacaan, terutama bagi mereka yang terlibat dalam penelitian serupa.

- b. Semoga dapat menjadi sumber ilmu yang bermanfaat bagi pembaca yang ingin mengetahui lebih jauh tentang perbankan syariah, khususnya layanan *mobile banking*, dan bagaimana penerapannya dalam transaksi saat ini.
2. Secara Praktis
- a. Bagi PT BSI KC Kudus dapat memberikan kontribusi yang berharga dan contoh bagaimana menciptakan layanan masyarakat. Dengan meningkatkan kesadaran akan produk dan layanan digitalnya dan mendorong nasabah untuk mengadopsi layanan *mobile banking*
 - b. Sebagai bahan referensi bagi para akademisi yang melakukan penelitian secara luas dan mendalam tentang pengambilan keputusan dalam penggunaan layanan perbankan syariah.
 - c. Bagi masyarakat umum, dapat memberikan kontribusi yang baik bagi pengetahuan tentang jasa keuangan.

1.4 Sistematika Penulisan

Struktur penulisan terdiri dari lima bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama berisi penjelasan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, serta struktur penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua membahas landasan teori yang digunakan dalam merumuskan hipotesis dan menganalisis penelitian. Ini juga mencakup penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini, kerangka teori, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga berisi informasi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, variabel dan indikator penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab keempat berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan data.

BAB V PENUTUP

Bab kelima menyajikan kesimpulan atas hasil penelitian dan beberapa saran yang diharapkan dapat bersifat konstruktif dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Bagian akhir skripsi meliputi daftar pustaka, lampiran, dan daftar riwayat hidup penulis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumen

2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah kajian tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang produk, layanan, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.²⁴ Menurut Seta Ariawuri Wicaksana, dkk, Perilaku konsumen bukan hanya bagaimana seseorang membeli suatu produk, tetapi juga mencakup layanan konsumen, aktivitas, pengalaman, dan ide untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.²⁵

Menurut Sumarwan, sebagaimana dikutip dalam Rudy Irwansyah et al., mendefinisikan perilaku konsumen sebagai semua aktivitas, tindakan, dan proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut sebelum, selama, dan setelah membeli, menggunakan, dan mengonsumsi produk dan jasa. Sedangkan menurut Gerald Zaldman dan Melanie Wallendorf, perilaku konsumen adalah tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok, dan organisasi untuk memperoleh dan menggunakan produk atau jasa sebagai hasil dari pengalaman mereka dengan produk, layanan, dan sumber lainnya.²⁶

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen mengacu pada serangkaian tindakan aktual yang diambil oleh individu (konsumen) yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal

²⁴ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2012), h.173

²⁵ Seta Ariawuri Wicaksana et al., *Perilaku Konsumen : Kunci Memenangkan Bisnis*, ed. Ummu Alfi, cetakan 1. (jakarta: Dd publishing, 2022), h.3.

²⁶ Rudy Irwansyah et al., *Perilaku Konsumen, Widina*, cetakan 1. (Bandung: Widina Bhakti Perseda Bandung, 2021), h.190.

yang memandu mereka dalam mengevaluasi, memilih, memperoleh, dan menggunakan barang dan jasa yang diinginkan.

2.1.2 Jenis Perilaku Konsumen

Secara umum, perilaku konsumen dibagi menjadi dua kategori:²⁷

1. Rasional, yaitu perilaku konsumen dalam membeli barang dan jasa dengan mengutamakan aspek-aspek umum konsumen seperti kebutuhan primer, kebutuhan mendesak, dan kegunaan produk bagi pembeli.

Berikut adalah beberapa ciri perilaku konsumen yang rasional:

- a. Konsumen memilih barang berdasarkan kebutuhannya.
 - b. Barang yang dipilih memberikan manfaat yang optimal bagi konsumen.
 - c. Konsumen memilih barang yang kualitasnya terjamin dan harganya sesuai dengan kemampuannya.
2. Perilaku konsumen yang bersifat irrasional, yaitu tindakan konsumen yang mudah tergoda oleh tawaran diskon atau promosi suatu produk tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau kepentingannya.

Beberapa ciri dari perilaku konsumen yang bersifat irrasional antara lain:

- a. Konsumen mudah tergoda oleh iklan dan promosi di media cetak maupun elektronik.
- b. Konsumen memilih produk dengan merek atau brand yang sudah terkenal secara luas.
- c. Konsumen memilih produk tidak berdasarkan kebutuhan, melainkan untuk gengsi

²⁷ Edwin Zusrony, "Perilaku Konsumen Di Era Modern," ed. Robby Andika Kusumajaya (Semarang: Yayasan Prima Agus Tektik, 2008), h.30.

2.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah:²⁸

1. Faktor budaya

Budaya mempengaruhi keinginan dan tindakan konsumen dalam membeli barang dan jasa. Kebudayaan yang berbeda-beda akan menghasilkan perilaku konsumen yang berbeda-beda pula. Dalam pengambilan keputusan penggunaan mobile banking, faktor budaya dapat mempengaruhi persepsi dan sikap pengguna terhadap layanan tersebut. Misalnya, nilai keamanan dan privasi dalam transaksi perbankan dapat mempengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan layanan mobile banking.

2. Faktor sosial

Kelompok kecil, keluarga, teman, peran dan status sosial konsumen mempengaruhi pilihan produk yang dibeli. Dalam pengambilan keputusan penggunaan mobile banking, faktor sosial dapat mempengaruhi persepsi dan sikap pengguna terhadap layanan tersebut. Misalnya, referensi kelompok atau rekomendasi dari teman atau keluarga dapat mempengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan layanan mobile banking.

3. Faktor pribadi

Karakteristik pribadi seperti usia, tahap daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup serta kepribadian konsumen mempengaruhi keputusan pembelian. Dalam pengambilan keputusan penggunaan mobile banking, faktor pribadi dapat mempengaruhi sikap dan perilaku pengguna. Misalnya, usia dan pengalaman dalam menggunakan teknologi dapat mempengaruhi tingkat kenyamanan dan kepercayaan pengguna dalam menggunakan layanan mobile banking.

²⁸ Kotler dan Keller, Manajemen Pemasaran, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2012), h.190

4. Faktor psikologis

Motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap adalah faktor psikologis yang penting dalam mempengaruhi pilihan barang yang dibeli oleh konsumen. Dalam pengambilan keputusan penggunaan mobile banking, faktor psikologis dapat mempengaruhi motivasi pengguna dalam menggunakan layanan tersebut. Misalnya, persepsi akan kemudahan dan efisiensi dapat memotivasi pengguna untuk menggunakan layanan mobile banking.

Nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepuasan dalam menyimpan dananya di bank. Konsumen dalam perilakunya akan mencari kepuasan yang maksimal dalam memenuhi kebutuhannya. Untuk itu dari sisi bank syariah harus dapat membaca peluang ini serta dapat segera mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, karena apa yang dibeli, berapa banyak yang dibeli, dimana membeli, dan kapan membeli, akan tergantung pada perilaku konsumen mengenai produk-produk yang dibutuhkan. Oleh karena itu, perilaku konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian terhadap suatu produk tertentu.²⁹

2.2 Keputusan Penggunaan

2.2.1 Pengertian Keputusan Penggunaan

Muhammad Rokibul Kabir menyatakan dalam novel Rizki bahwa keputusan untuk menggunakan suatu jasa merupakan hasil pertimbangan yang dilakukan oleh pelanggan, meliputi faktor fisik, emosional, rasional, praktis, interpersonal, dan struktural. Dalam hal ini, pelanggan mempertimbangkan berbagai faktor sebelum akhirnya memutuskan untuk

²⁹ Gede Adi Wirapradnyana, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menjadi Nasabah Bank Syariah," *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi* vol.1, no.1 (2013): h.96-105.

menggunakan layanan tersebut.³⁰ Menurut Rajeev Kumra keputusan untuk menggunakan suatu produk didasarkan pada kebutuhan atau keinginan yang harus dipenuhi melalui proses pengambilan keputusan. Proses ini dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal pelanggan. Pelanggan akan mencari informasi tentang produk yang tersedia dan mengevaluasinya untuk menilai kesesuaiannya dengan kebutuhan atau keinginannya. Setelah melalui tahapan-tahapan tersebut, pelanggan akan memutuskan apakah akan menggunakan produk tersebut atau tidak.³¹

Kesimpulannya, keputusan untuk memanfaatkan suatu teknologi dipengaruhi oleh kesenangan pengguna, yang menyebabkan pengguna merekomendasikan teknologi tersebut kepada orang lain. Keputusan konsumen juga mengungkapkan perasaan atau keinginan responden dalam memilih dari opsi yang tersedia, yang diikuti dengan aktivitas pengambilan keputusan untuk menggunakan layanan *Mobile banking*.

2.1.2 Tahapan Pengambilan Keputusan

1. Pengenalan Kebutuhan

Tahap pertama dari proses keputusan pembeli adalah pengenalan kebutuhan atau masalah oleh konsumen. Pada tahap ini, pemasar harus meneliti konsumen untuk memahami kebutuhan atau masalah apa yang muncul, apa yang menarik mereka, dan bagaimana daya tarik tersebut mengarahkan konsumen ke produk tertentu. Dilakukan mengumpulkan informasi, pemasar dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang paling sering memicu minat terhadap suatu produk dan dapat mengembangkan program pemasaran yang mencakup faktor-faktor tersebut.

2. Pencarian Informasi

Konsumen menginginkan informasi tambahan pada tahap pencarian informasi dari proses pilihan pembelian. Pelanggan mungkin saja lebih

³⁰ Novela Rizki Lestari, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Internet Banking Nasabah Bank Bri Di Surabaya," *Journal of Business & Banking* 8, no. h. 144 (2018).

³¹ Ibid.

memperhatikan atau aktif mencari informasi. Seorang konsumen yang sudah tertarik dapat mencari informasi tambahan, tetapi dia juga dapat memilih untuk tidak melakukannya. Pencarian informasi aktif memerlukan mencari buku, menelpon teman, dan memperoleh informasi dengan cara lain.

Konsumen mendapatkan informasi dari berbagai sumber, antara lain:

- a. sumber pribadi, seperti keluarga, teman, tetangga, dan kenalan.
- b. sumber publik, seperti surat kabar dan majalah.
Iklan, wiraniaga, pedagang, situs web, pengemasan, dan tampilan adalah contoh sumber komersial.
- c. Sumber terbuka, seperti media berita, kelompok penilaian konsumen, dan pencarian internet.
- d. Sumber pengalaman, seperti penanganan produk, pemeriksaan, dan penggunaan.

3. Evaluasi Alternatif

Konsumen memanfaatkan informasi untuk mengevaluasi merek-merek alternatif dalam rangkaian pilihan mereka selama tahap evaluasi alternatif dari proses pemilihan pembeli. Berikut ini adalah prinsip dasar yang membantu menjelaskan proses evaluasi konsumen: Untuk memulainya, diasumsikan bahwa setiap konsumen memandang suatu produk sebagai kumpulan atribut produk. Kedua, konsumen akan menetapkan jumlah prioritas yang bervariasi untuk fitur tertentu berdasarkan kebutuhan dan aspirasi masing-masing. Akhirnya, pelanggan dapat membentuk satu set keyakinan merek tentang di mana setiap merek duduk di setiap atribut, dan set ide tentang merek tertentu ini disebut sebagai "citra merek." Pandangan konsumen mungkin berbeda dari atribut aktual berdasarkan pengalaman mereka, pengaruh persepsi selektif, distorsi, dan retensi. Keempat, pada tingkat atribut yang berbeda, harapan kepuasan konsumen yang lengkap dengan produk akan berubah. Kelima, metodologi evaluasi yang berbeda

menyebabkan opini merek yang beragam di antara konsumen. Beberapa konsumen menggunakan lebih dari satu teknik evaluasi, tergantung pada individu dan keputusan pembelian mereka.

4. Keputusan Pembelian

Tahap pilihan pembelian dalam proses pengambilan keputusan pembelian terjadi ketika konsumen pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut. Pelanggan akan memilih merek yang mereka inginkan, tetapi pada tahap ini muncul dua variabel penting: niat dan keputusan pembelian. Tingkah Laku Pasca Pembelian.³²

2.1.3 Indikator Keputusan Penggunaan

1. Manajemen akun

Indikator keputusan penggunaan dalam manajemen akun dapat berupa saldo akun, aktivitas akun, dan notifikasi akun. Seperti Memeriksa saldo akun secara rutin untuk memantau jumlah uang yang tersedia dan memastikan tidak ada transaksi yang tidak sah atau tidak diinginkan pada akun, melihat aktivitas akun untuk memahami bagaimana uang digunakan dan mengidentifikasi tren atau pola dalam pengeluaran dan menerima notifikasi akun untuk tetap terinformasi tentang aktivitas pada akun dan memperhatikan segala hal yang mencurigakan atau tidak biasa.³³

2. Transfer uang

Indikator keputusan penggunaan dalam transfer uang dapat berupa biaya transfer, waktu transfer, dan konfirmasi transfer. Biaya transfer menunjukkan biaya yang dikenakan untuk melakukan transfer uang. Waktu transfer menunjukkan waktu yang dibutuhkan untuk mentransfer uang ke rekening penerima. Konfirmasi transfer

³² Zusrony, "Perilaku Konsumen Di Era Modern.", h.40.

³³ Tao Zhou, Yaobin Lu, and Bin Wang, "Integrating TTF and UTAUT to Explain *Mobile banking* User Adoption," *Computers in Human Behavior* 26, no. 4 (2010): 760–767, <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2010.01.013>.

menunjukkan bahwa uang telah sukses ditransfer ke rekening penerima.³⁴

3. pembayaran.

keputusan penggunaan dalam pembayaran dapat berupa metode pembayaran, status pembayaran, dan detail pembayaran. Metode pembayaran menunjukkan opsi pembayaran yang tersedia seperti kartu kredit, transfer bank, dan e-wallet. Status pembayaran menunjukkan status pembayaran, apakah telah sukses atau masih dalam proses. Detail pembayaran menunjukkan rincian tentang pembayaran termasuk jumlah yang harus dibayar, biaya tambahan, dan tanggal jatuh tempo.³⁵

2.3 *Mobile banking* (BSI Mobile)

2.3.1 Pengertian Mobile Banking

Mobile banking adalah layanan modern yang ditawarkan oleh bank yang mengikuti kemajuan komunikasi dan teknologi. *Mobile banking* menawarkan berbagai layanan, termasuk pembayaran, transfer, riwayat transaksi, dan lainnya. Nasabah dapat dengan mudah melakukan transaksi perbankannya tanpa batasan ruang dan waktu dengan menggunakan layanan *mobile banking* di ponsel. Pelanggan akan merasakan kemudahan dan keuntungan untuk mengakses rekening bank mereka tanpa harus mengunjungi bank secara fisik berkat ketersediaan layanan *mobile banking*.³⁶

Salah satu layanan yang sangat diinginkan oleh nasabah bank adalah *mobile banking*, yang memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi keuangan dan memeriksa status rekening mereka menggunakan ponsel

³⁴ Ibid

³⁵ Ibid

³⁶ Hanif Astika Kurniawati et al., “Analisis Minat Penggunaan *Mobile banking* Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of *Mobile banking* Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified),” *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntans* vol IV, no. 1 (2017): h. 24-29.

apapun. Layanan ini merupakan hasil perkembangan teknologi dan komunikasi modern yang memungkinkan nasabah melakukan aktivitas perbankan tanpa batasan waktu dan tempat. Diharapkan dengan layanan *mobile banking* ini, nasabah dapat dengan mudah dan nyaman mengakses layanan perbankan tanpa harus pergi ke bank.³⁷

BSI Mobile adalah brand aplikasi *mobile banking* dari Bank Syariah Indonesia (BSI). Melalui layanan BSI Mobile ini, nasabah cukup mengakses akunnya menggunakan smartphone. Nasabah dapat memperoleh informasi dan melakukan transaksi perbankan yang telah ditentukan sebelumnya oleh pihak bank dengan menggunakan layanan ini kapan saja dan dari mana saja. Pelanggan dapat menggunakan BSI Mobile untuk melakukan transaksi kapanpun mereka membutuhkannya, sehingga tidak perlu lagi mengunjungi kantor cabang bank.³⁸

³⁷ Rian Maulana and Et al, 'Pengaruh Penggunaan *Mobile banking* Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model', Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi, vol 2.2 (2019), h. 146
<<https://doi.org/10.22373/cj.v2i2.4161>>.

³⁸ www.bankbsi.co.id (dikutip pada tanggal 06 Maret 2023 pukul 08:00 WIB)

2.3.2 Dampak Penggunaan Mobile banking

Penggunaan *Mobile banking* memiliki efek yang positif baik bagi nasabah maupun bagi bank. Berikut ini adalah beberapa dampak yang ditimbulkan dari penggunaan *Mobile banking*.³⁹

a. Dampak bagi nasabah

Nasabah akan merasakan kemudahan dalam penggunaannya untuk melakukan transaksi keuangan berkat adanya layanan *Mobile banking*.

b. Dampak bagi bank

Bank akan memperoleh keuntungan atau profit dari nasabah pengguna *Mobile banking*.

2.3.3 Kelebihan dan Kekurangan Mobile banking BSI (BSI Mobile)

Kelebihan: ⁴⁰

- a. Nasabah dapat melakukan penarikan tunai tanpa menggunakan kartu dengan BSI Mobile.
- b. Nasabah dapat membuat akun nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile banking*.
- c. Layanan BSI *Mobile banking* memungkinkan nasabah menyalurkan bantuan melalui zakat, infak, wakaf, dan iuran.
- d. Bersama BSI Mobile, nasabah dapat menonaktifkan kartu ATM yang hilang tanpa harus datang ke kantor atau menghubungi call center yang akan dikenakan biaya. Untuk memudahkan pengguna dalam mengingat

³⁹ Siti Bejana Siagian and Khairina Tambunan, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan *Mobile banking* Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan," *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen* vol 2, no. 1 (2022): h. 1051-1060.

⁴⁰ Dwita Febrianti and Et al, "Penerapan Basis Data Pada Perusahaan Perbankan (Studi Kasus Penerapan *Mobile banking* Pada Bank Syariah Indonesia)," *Jurnal Pendidikan Tambusai* vol 5, no. 2 (2021): h. 3686-3693.

sholat, BSI Mobile juga menawarkan layanan Islami seperti jadwal sholat, Arah Kiblat, Juz amma, dan lokasi masjid terdekat.

Kelemahan:⁴¹

- a. Nasabah mungkin akan menerima pemberitahuan dengan keterlambatan melalui layanan *mobile banking*.
- b. Ada kemungkinan kesalahan pengiriman ke nomor yang salah melalui layanan *mobile banking*.
- c. Nasabah mungkin tidak akan menerima pemberitahuan dari bank meskipun transaksi sudah dilakukan melalui layanan *mobile banking*.
- d. Layanan SMS banking mungkin sering mengalami keterlambatan atau dikenal dengan status "pending", sehingga transaksi yang seharusnya real-time menjadi tidak real-time

2.3.4 Fitur BSI Mobile

Mirip dengan penawaran *mobile banking* bank lain, BSI Mobile juga memiliki sejumlah fitur yang memudahkan pengguna untuk memeriksa informasi rekening dan melakukan pembayaran penting lainnya. Beberapa fitur yang dapat diakses di BSI Mobile antara lain::

1. Info rekening

Fitur utama yang harus tersedia di *mobile banking* adalah fitur informasi rekening BSI. Tujuannya adalah agar pelanggan dapat memeriksa semua informasi terkait transaksi pada rekening mereka. Fitur ini memungkinkan pelanggan untuk mengakses informasi seperti saldo, riwayat transaksi, tanggal transaksi, informasi portofolio, daftar transaksi terjadwal, dan pendaftaran notifikasi. Sebagai contoh, jika pelanggan ingin mengetahui saldo rekening saat ini, mereka dapat memilih opsi "Informasi Saldo". Jika

⁴¹ Siagian and Tambunan, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan *Mobile banking* Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan."

pelanggan ingin melihat ringkasan pengeluaran dan pemasukan dalam beberapa hari terakhir, mereka dapat memilih "Daftar Mutasi Rekening".

2. Transfer

Fitur berikutnya adalah fitur transfer atau pengiriman uang. Fitur ini mempermudah pelanggan untuk mengirim uang ke rekening BSI atau ke rekening bank lainnya tanpa harus pergi ke ATM. Pelanggan dapat melakukan transfer secara online atau menggunakan transfer SKN/kliring selama 24 jam nonstop. Namun, sebelum melakukan transfer, pastikan memiliki koneksi internet yang stabil. Untuk menjaga keamanan, pelanggan akan diminta memasukkan PIN saat melakukan transfer uang, sama seperti pada mesin ATM BSI.

3. Pembayaran

Hanya dengan menggunakan mobile banking BSI, pelanggan dapat melakukan pembayaran kebutuhan harian dan bulanan dari mana saja. Beberapa layanan pembayaran yang dapat dilakukan melalui mobile banking BSI, antara lain:

Pembayaran biaya pendidikan atau akademik.

Pembayaran tagihan listrik PLN.

Pembayaran layanan telepon dan Telkom Pay.

Pembelian tiket transportasi.

Pembayaran premi asuransi.

Pembayaran langganan internet dan TV kabel.

Pembayaran belanja di e-commerce.

Pembayaran iuran BPJS.

Pembayaran air PDAM.

Pembayaran haji dan umrah.

4. Pembelian

Nasabah dapat melakukan pembelian pulsa, paket data, dan token listrik kapan saja dan di mana saja melalui fitur pembelian pada mobile banking BSI. Selain itu, pelanggan juga dapat membeli barang atau layanan lain seperti produk e-commerce melalui fitur pembelian di mobile banking BSI.

5. QRIS

Dalam rangka memfasilitasi pembayaran, Bank Indonesia (BI) dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) telah membuat kode QR Quick Response Indonesian Standard (QRIS). Pembayaran dilakukan lebih cepat dan mudah dengan penggunaan teknologi QR Code. Hampir semua bank dan pengecer online sekarang menyediakan layanan QRIS untuk membantu pengembangan masyarakat tanpa uang tunai. Pelanggan dapat memanfaatkan layanan ini untuk melakukan pembayaran menggunakan fungsi QRIS di mobile banking BSI. Misalnya, jika konsumen ingin melakukan pembelian di kedai kopi tetapi tidak memiliki uang tunai, mereka dapat memindai kode QR menggunakan aplikasi BSI Mobile, memasukkan jumlah pembayaran, dan melakukan pembelian.

6. E-mas

Bagi konsumen yang tertarik untuk berinvestasi, BSI menyediakan fungsi E-mas yang memungkinkan pengguna memperoleh emas secara online. Pelanggan dapat membeli emas melalui layanan ini baik dalam bentuk rupiah maupun gram. Akad jual beli digunakan Bank Syariah Indonesia untuk memperoleh

emas. Minimal dan maksimal pembelian harian masing-masing adalah 0,05 gram dan Rp100 juta.

Pelanggan memiliki pilihan untuk mencairkan emas mereka secara fisik serta menjualnya secara langsung atau menggunakan fasilitas pembelian. Pencairan tabungan E-mas ke emas fisik bersertifikasi bisa dilakukan dengan pecahan keping emas mulai dari 2 gram, 5 gram, 10 gram, 25 gram, 50 gram, dan 100 gram.

7. Tarik Tunai

Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dapat memanfaatkan opsi Tarik Tunai pada aplikasi mobile banking BSI untuk menarik uang tunai di ATM tanpa menggunakan kartu. Pelanggan dapat menggunakan layanan ini untuk tarik tunai hingga Rp 500.000 setiap hari, dengan minimal penarikan Rp 50.000. Nasabah cukup mengakses aplikasi mobile banking BSI dan memilih fungsi tarik tunai, kemudian mengisi jumlah penarikan dan PIN untuk melakukan transaksi. Nasabah tidak perlu stres karena lupa atau kehilangan kartu ATM saat ingin menarik uang tunai dari mesin ATM berkat fungsi tarik tunai.

8. Layanan Islami

Bank Syariah Indonesia kini menawarkan layanan Islami bagi nasabah yang ingin beribadah dimanapun mereka berada, selain layanan transaksi keuangan. Pelanggan layanan Islami ini dapat membaca Juz Amma, mengingat Asmaul Husna, memperoleh pelajaran keuangan berdasarkan hukum Islam, dan belajar tentang waktu sholat dan arah kiblat dengan menggunakan pengingat yang disediakan.

9. Berbagi

Fitur berbagi memungkinkan nasabah BSI untuk dengan cepat mendistribusikan zakat, infak, dan wakaf dari mana saja dan kapan saja. Fungsi tersebut juga memiliki kalkulator untuk menentukan berapa banyak zakat, berdasarkan pendapatan nasabah, yang harus dikeluarkan.

10. Top Up

Di saat dompet digital seperti GoPay, Paytren, OVO, ShopeePay, LinkAja, dan lainnya semakin populer, Bank Syariah Indonesia (BSI) menawarkan opsi Top Up di aplikasi BSI Mobile untuk memudahkan penggunaannya. Untuk menambah saldo di dompet digital pilihan mereka. Pelanggan BSI dapat dengan mudah dan cepat mengisi saldo dengan menggunakan fasilitas ini.

11. Buka Rekening

BSI Mobile kini menawarkan layanan pembukaan rekening secara online untuk Tabungan Easy Mudharabah, Tabungan Easy Wadiah dan Tabungan Mabrur. Syarat pendaftaran akun online adalah dengan menyerahkan scan KTP, NPWP, dan foto selfie dengan format yang sama dengan foto di KTP.

2.3.5 Cara Mendaftar BSI Mobile

Berikut adalah cara-cara untuk mendaftar dan mengaktifkan aplikasi BSI Mobile:

Registrasi Offline:

1. Kunjungi Kantor Cabang Bank Syariah Indonesia.
2. Ambil nomor antrian dari Customer Service di Bank Syariah.
3. Ketika nomor antrian dipanggil, sampaikan kepada CS bahwa tujuan Anda adalah untuk mendaftar atau mengaktifkan BSI Mobile.

4. CS akan memberikan kode aktivasi melalui proses registrasi dan Anda akan menerima SMS.
5. Unduh aplikasi BSI Mobile di perangkat ponsel Anda.
6. Buka aplikasi dan pilih "Saya sudah punya akun".
7. Pilih "Aktivasi".
8. Masukkan nomor ponsel dan kode aktivasi yang dikirim oleh BSI.
9. Buat password untuk m-Banking BSI dan proses aktivasi selesai.

Registrasi Online:

1. Buka mesin pencari Google dan cari "bsi.go.id".
2. Klik "chat aisyah".
3. Ketik "Aktivasi", lalu chat aisyah akan memberikan tanggapan.
4. Isi email, nama, dan nomor telepon. Penting untuk diingat bahwa nomor telepon tidak boleh diganti dalam aktivasi online.
5. Chat aisyah akan mengirimkan kode aktivasi melalui SMS biasa.
6. Unduh aplikasi BSI Mobile.
7. Masukkan kode aktivasi yang diberikan.
8. Buat PIN dan kata sandi.
9. BSI Mobile sekarang sudah aktif dan bisa digunakan.

2.4 Keamanan

2.4.1 Pengertian Keamanan

Keamanan sangatlah penting dalam suatu sistem informasi, terutama ketika terkait dengan data rahasia seperti yang dimiliki oleh perusahaan perbankan. Hal ini menjadi lebih kompleks karena data perbankan bersifat sangat rahasia. Menurut Budhi Rahardjo, keamanan informasi merupakan suatu cara untuk mencegah tindakan penipuan atau setidaknya mendeteksi keberadaan penipuan dalam suatu sistem yang berbasis informasi. Hal ini menjadi semakin sulit karena informasi tersebut tidak memiliki arti fisik. Oleh karena itu, aspek keamanan harus menjadi perhatian utama bagi

perusahaan perbankan.⁴² Menurut Yousafzai et al. di Lallmahamood, penyerangan atau penyalahgunaan yang terjadi selama transaksi jaringan dan transfer data melalui autentikasi palsu atau akses ilegal ke akun dianggap sebagai kerentanan keamanan dalam konteks *mobile banking*. Karena itu, sangat penting untuk melindungi uang dan data nasabah dari kemungkinan kehilangan atau pencurian saat melakukan transaksi melalui perbankan online.⁴³

Tujuan keamanan adalah untuk melindungi aset informasi dari potensi bahaya. Oleh karena itu, keamanan informasi secara tidak langsung dapat memastikan kelangsungan perusahaan dan potensi bahaya yang lebih rendah.⁴⁴ Keamanan informasi dalam arti yang lebih luas, mengacu pada upaya untuk melindungi data dari semua ancaman potensial untuk memastikan kelangsungan bisnis, mengurangi risiko bisnis, dan mengoptimalkan laba atas investasi dan prospek komersial. Keamanan informasi dalam konteks ini juga memastikan privasi informasi pribadi dan transaksi konsumen.⁴⁵Keamanan sangat penting untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan dalam hal *mobile banking*. Lebih banyak klien akan tertarik untuk memanfaatkan layanan dan menjalankan bisnis dengan lebih percaya diri jika perusahaan menawarkan tingkat perlindungan yang lebih tinggi kepada pelanggan yang menggunakan layanan *mobile banking*.⁴⁶

⁴² Mukhtisar, Tarigan, and Evriyenni, "Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile banking* (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)."

⁴³ Muniruddeen Lallmahamood, "An Examination of Individual 's Perceived Security and Privacy of the Internet in Malaysia and the Influence of This on Their Intention to Use E-Commerce : Using An Extension of the Technology Acceptance Model," *Journal of Internet Banking and Commerce* 12, no. 3 (2007): 1–26, http://arraydev.com/commerce/JIBC/2007-12/Muniruddeen_Final.pdf.

⁴⁴ Afghani and Yulianti, "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank Bri Surabaya."

⁴⁵ Riyanto Sarno dan Iffano Irsyat, *Sistem Manajemen Keamanan Informasi*, (Surabaya : ITS Press, 2009).

⁴⁶ Lee, *Pengantar Manajemen*, (Salemba Empat: Jakarta, 2009).

Rasa aman dalam penggunaan *Mobile banking* dapat diartikan sebagai keadaan di mana nasabah merasa yakin dan tenang ketika menggunakan layanan tersebut, sehingga tidak ada kekhawatiran akan terjadi kebocoran data pribadi seperti user id dan password. Hal ini terkait dengan kepercayaan nasabah terhadap sistem keamanan *Mobile banking* yang telah diberikan oleh perusahaan, sehingga nasabah merasa nyaman dan percaya bahwa informasi pribadi dan transaksi mereka akan terjaga dengan baik. Jika nasabah merasa tidak aman dalam penggunaan mobile banking maka nasabah enggan menggunakan layanan mobile banking. Dalam hal ini, keamanan menjadi faktor penting dalam meningkatkan rasa aman nasabah dan kepercayaan mereka terhadap layanan *Mobile banking*.⁴⁷ Nasabah sangat hati-hati mempertimbangkan keamanan transaksi online sebelum menentukan apakah akan menggunakan layanan *mobile banking*. Karena persepsi mereka bahwa transaksi online sangat rentan terhadap penipuan, beberapa nasabah ragu untuk menggunakan *mobile banking*. Kepercayaan pelanggan terhadap sistem online secara keseluruhan dapat menurun akibat asumsi ini. Jika tuntutan keamanan individu pelanggan tidak terpenuhi, mereka mungkin tidak ingin beralih dari transaksi offline ke online dalam kehidupan sehari-hari.⁴⁸

Nasabah akan mempercayai pihak bank jika berhasil menanamkan kepercayaan kepada mereka terkait keamanan dan privasi data mereka tetap terjaga dengan baik. Keputusan pelanggan untuk menggunakan *mobile banking* akan dipengaruhi jika pelanggan sadar bahwa *mobile banking* aman

⁴⁷ Arry Dwi Handoko and Ronny, "Pengaruh Faktor Keamanan, Keandalan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bri Dalam Menggunakan *Mobile banking*," *Image : Jurnal Riset Manajemen* vol 9, no. 2 (2021): h. 79-91.

⁴⁸ Afghani and Yulianti, "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank Bri Surabaya."

dan bank mereka tidak akan membagikan informasi pribadi mereka dengan pihak ketiga tanpa terlebih dahulu mendapatkan persetujuan dari mereka.⁴⁹

keamanan menggunakan mobile banking dalam arti bahwa para penyedia layanan mobile banking harus memastikan bahwa mereka memenuhi standar kualitas dan keamanan yang baik dalam menyediakan layanan ini kepada para pengguna. Seperti halnya tercantum dalam QS An-Nisa 58 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “*Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat*”.

Dalam ayat QS An-Nisa 58, Allah SWT menegaskan bahwa amanah harus dijaga dan dipenuhi. Para penyedia layanan mobile banking harus menghargai amanah yang diberikan kepada mereka oleh para pengguna dengan memastikan bahwa layanan mereka selalu memenuhi standar kualitas dan keamanan yang baik. Bank diberikan amanah untuk memastikan bahwa informasi sensitif seperti informasi pribadi dan rekening bank dari para pengguna tetap terjaga kerahasiaannya dan tidak disalahgunakan. Oleh karena itu, mereka harus berusaha untuk melindungi informasi pribadi dan finansial pengguna dengan mengembangkan teknologi keamanan terkini dan menerapkan prosedur keamanan yang ketat. Dalam ayat ini, Allah SWT menegaskan bahwa kita harus menunaikan amanat yang diberikan kepada kita dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu,

⁴⁹ Yulisa Saptawati, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Keamanan & Manfaat *Mobile banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bulukumba”, Skripsi, Makasar: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia Makassar, 2018, h. 17-18

para penyedia layanan mobile banking harus memastikan bahwa mereka menjaga amanat tersebut dengan sebaik-baiknya dan mengelolanya dengan adil dan transparan untuk keamanan dan kenyamanan pengguna.

2.4.2 Indikator dalam keamanan penggunaan mobile banking

Berikut adalah pengertian dan contoh indikator keamanan penggunaan mobile banking: ⁵⁰

a. Keamanan Pembayaran Seluler

Keamanan pembayaran seluler adalah indikator yang digunakan untuk menunjukkan tingkat keamanan dalam melakukan transaksi pembayaran menggunakan aplikasi mobile banking. Beberapa contoh indikator keamanan pembayaran seluler antara lain:

- Proteksi dengan password: Pengguna harus memasukkan kata sandi atau PIN untuk membuka aplikasi mobile banking atau untuk melakukan transaksi pembayaran.
- Otorisasi dua faktor: Pengguna harus memasukkan kode verifikasi yang dikirimkan melalui SMS atau email untuk menyelesaikan transaksi pembayaran.
- Enkripsi data: Data pengguna seperti nomor kartu kredit atau rekening bank dienkripsi untuk melindungi informasi sensitif dari tindakan peretasan.

b. Keamanan Jaringan

Keamanan jaringan adalah indikator yang digunakan untuk menunjukkan tingkat keamanan koneksi jaringan selama menggunakan aplikasi mobile banking. Beberapa contoh indikator keamanan jaringan antara lain:

⁵⁰ R.K. Srivastava Sindhu Singh, "Predicting the Intention to Use *Mobile banking* in India," *International Journal of Bank Marketing* 36 No. 2 (2018): h.8.

- SSL (Secure Sockets Layer) Certificate: Sertifikat SSL digunakan untuk mengenkripsi data yang ditransmisikan melalui jaringan, sehingga pengguna dapat memastikan bahwa data yang ditransmisikan tidak dapat disadap atau dimanipulasi.
- Proteksi firewall: Firewall digunakan untuk melindungi aplikasi mobile banking dari serangan peretasan melalui internet.
- Log aktivitas: Catatan aktivitas jaringan disimpan oleh aplikasi mobile banking, sehingga dapat memudahkan identifikasi tindakan yang mencurigakan atau tidak sah pada jaringan.

c. Keamanan Perangkat

Keamanan perangkat adalah indikator yang digunakan untuk menunjukkan tingkat keamanan perangkat saat menggunakan aplikasi mobile banking. Beberapa contoh indikator keamanan perangkat antara lain:

- Proteksi dengan password: Pengguna harus memasukkan kata sandi atau PIN untuk membuka perangkat seluler mereka.
- Update sistem operasi: Pengguna harus memperbarui sistem operasi pada perangkat seluler mereka secara teratur untuk memastikan bahwa perangkat selalu memiliki fitur keamanan terbaru.

2.5 Persepsi Kemudahan Penggunaan

2.5.1 Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan

Dalam konteks penggunaan teknologi, "perceived ease of use" dapat diartikan sebagai seberapa mudahnya seseorang menganggap penggunaan teknologi tersebut tanpa memerlukan usaha ekstra yang signifikan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa keyakinan seseorang terhadap kemudahan penggunaan suatu sistem informasi akan memengaruhi keputusan mereka

untuk menggunakannya.⁵¹ Menurut Davis, "kemudahan penggunaan" mengacu pada seberapa mudah seseorang memahami komputer untuk dipahami. Selain itu, Goodwin dan Silver mengusulkan bahwa tingkat interaksi dan intensitas penggunaan antara pengguna dan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan, yang didefinisikan sebagai persepsi seseorang bahwa sebuah teknologi tidak membutuhkan tingkat kemampuan tinggi untuk dimanfaatkan.⁵²

Persepsi kemudahan penggunaan sistem teknologi informasi mengacu pada harapan mereka bahwa memanfaatkannya tidak akan sulit atau memakan waktu (bebas usaha). Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengertian kemudahan penggunaan merujuk pada seberapa mudah seseorang memanfaatkan sistem teknologi atau seberapa kecil usaha yang diperlukan untuk menggunakan *Mobile banking*. Jadi, dengan demikian semakin baik kemudahan penggunaan aplikasi *Mobile banking*, maka semakin tinggi intensi nasabah perbankan untuk menggunakan aplikasi *Mobile banking*.⁵³

Kemudahan penggunaan layanan *mobile banking* dirancang untuk memudahkan pengguna dalam melakukan dan menyelesaikan transaksi. Kemudahan penggunaan memudahkan nasabah untuk menguasai berbagai fitur layanan *mobile banking*. Tingkat kepercayaan seseorang terhadap kesederhanaan layanan dan kurangnya upaya pengguna disebut sebagai kemudahan penggunaan dalam *mobile banking*. Ide ini terdiri dari memperjelas tujuan *mobile banking* dan membuat sistem mudah digunakan

⁵¹ Hengky Wongso and Ramadania, "Pengaruh Self-Efficacy, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan perceived Risk Terhadap Intention to Use *mobile banking* Bank Kalbar." Ibid.

⁵² Nasution dan Fahmi Natigor, Penggunaan Teknologi Informasi berdasarkan Aspek Perilaku, Universitas Sumatera Utara Digital Library, 2004, h.5.

⁵³ Mahardika Aditya Widjana, Determinan Faktor Penerimaan terhadap Internet Banking pada Nasabah Bank di Surabaya" (Tesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya, 2010), h.33

untuk tujuan yang diinginkan pengguna. Mengutamakan fitur-fitur yang user-friendly dan mudah dipahami oleh nasabah adalah salah satu taktik yang mungkin diambil oleh bank untuk memastikan bahwa mereka tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan sistem *mobile banking*.⁵⁴

Dalam perspektif Islam, individu dalam memilih barang atau jasa yang dikonsumsi harus berpegang teguh pada kemudahan yang akan diperoleh. Adapun kemudahan yang diberikan layanan Mobile Banking telah memenuhi konsep Islam dengan tidak memberikan kesukaran pada nasabah. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS Al-Baqarah:185 yang berbunyi:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

Artinya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu.”.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah tidak memberikan kesulitan dalam kehidupan manusia melainkan memberikan kemudahan. Hal ini jika dikaitkan dengan penggunaan Mobile Banking dalam bertransaksi dapat mempengaruhi usaha seseorang dalam menggunakan suatu teknologi. Kemudahan yang diberikan diharapkan dapat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi dan memenuhi kebutuhannya

2.5.2 Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Kemudahan Penggunaan Dalam Menggunakan Suatu Teknologi

1. Faktor pertama adalah teknologi itu sendiri, seperti pengalaman pengguna dengan teknologi serupa. Jika pengguna memiliki pengalaman positif dengan teknologi serupa, maka persepsinya terhadap teknologi baru akan lebih positif, dan sebaliknya.

⁵⁴ Dirwan, D. (2018). Pengaruh Kenyamanan dan Kemudahan Penggunaan Fasilitas atm Bni Taplus Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Utama Makassar. Akmen Jurnal Ilmiah, 15(2).

2. Faktor kedua adalah reputasi teknologi tersebut yang dikenal oleh pengguna. Jika reputasi teknologi positif, maka pengguna akan lebih yakin akan kemudahan penggunaan teknologi tersebut, dan sebaliknya. Reputasi ini tidak hanya berlaku untuk teknologi yang akan diadopsi, tetapi juga untuk teknologi serupa.
3. Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna adalah ketersediaan mekanisme support yang handal. Jika mekanisme support dianggap handal, maka pengguna akan lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi tersebut dan akan cenderung memiliki persepsi yang lebih positif. Solusi dari masalah ini adalah dengan menyediakan team support yang dapat membantu setiap saat serta menyediakan panduan penggunaan yang dapat diakses setiap saat dan memenuhi kebutuhan pengguna.⁵⁵

2.5.3 Indikator Persepsi Kemudahan

Berikut adalah pengertian dan contoh indikator persepsi kemudahan penggunaan:⁵⁶

1. Jelas dan mudah dimengerti (clear and understandable)

Indikator ini mengacu pada kemudahan individu dalam memahami fungsi dan fitur sistem atau teknologi. Contoh indikator dalam aspek ini adalah:

- Ketersediaan dokumentasi: Dokumentasi atau panduan penggunaan yang jelas dan mudah dimengerti akan memudahkan pengguna memahami sistem atau teknologi.

⁵⁵ Oliver Samuel Simanjuntak, "Pengembangan Technology Acceptance Model (Tam) Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat Menuju Masyarakat Informasi," *Telematika* vol.8, no. no.1 (2011): h.25-32.

⁵⁶ Viswanath Venkatesh and Fred D. Davis, "Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies," *Management Science* 46, no. 2 (2000): h. 186-204.

- Simbol dan ikon yang intuitif: Pengguna akan lebih mudah memahami sistem atau teknologi jika simbol dan ikon yang digunakan mudah dipahami dan intuitif.

2. Mudah digunakan (ease to use)

Indikator ini mengacu pada kemudahan individu dalam menggunakan sistem atau teknologi. Contoh indikator dalam aspek ini adalah:

- Tampilan yang sederhana: Sistem atau teknologi dengan tampilan yang sederhana akan memudahkan pengguna untuk mengoperasikannya.
- Navigasi yang mudah: Navigasi yang mudah akan memudahkan pengguna dalam menemukan fitur atau fungsi yang mereka butuhkan.

3. Tidak dibutuhkan banyak usaha (does not require a lot of mental effort)

Indikator ini mengacu pada kemudahan individu dalam menggunakan sistem atau teknologi tanpa perlu membutuhkan banyak usaha atau pikiran. Contoh indikator dalam aspek ini adalah:

- Akses mudah: Sistem atau teknologi dengan akses mudah akan memudahkan pengguna dalam menggunakannya tanpa membutuhkan banyak usaha.
- Automatisasi: Fungsi yang diotomatisasi akan mengurangi upaya yang dibutuhkan oleh pengguna dalam menggunakan sistem atau teknologi.

4. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (ease to get the system to do what he/she wants to do)

Indikator ini mengacu pada kemudahan individu dalam mengoperasikan sistem atau teknologi sesuai dengan kebutuhan mereka. Contoh indikator dalam aspek ini adalah:

- Fungsionalitas yang mudah dipahami: Sistem atau teknologi dengan fungsionalitas yang mudah dipahami akan memudahkan pengguna untuk mengoperasikannya sesuai dengan kebutuhan mereka.
- Kustomisasi yang mudah: Kemudahan dalam mengkustomisasi sistem atau teknologi sesuai dengan kebutuhan individu akan memudahkan mereka dalam menggunakannya.

Berdasarkan teori TAM, perilaku seseorang dalam mengadopsi suatu sistem informasi dipengaruhi oleh dua gagasan dasar. Pendapat tentang keuntungan yang diterima (*perceived usefulness*), atau seberapa besar menurut mereka mengadopsi sistem tertentu akan meningkatkan kinerja mereka, menjadi keyakinan pertama. Keyakinan kedua adalah kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*), atau seberapa banyak seseorang berpikir bahwa menggunakan sistem tidak akan melibatkan banyak pekerjaan. Akibatnya, jika individu menganggap sistem mudah digunakan, mereka mungkin akan menganggapnya bermanfaat. Sangat penting untuk menyoroti bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan juga mempengaruhi persepsi manfaat.⁵⁷

Menurut penelitian ini, kecenderungan seseorang untuk menggunakan *mobile banking* tumbuh sebanding dengan seberapa mudah mereka menggunakannya. Perilaku seseorang dalam menggunakan *mobile banking* akan dipengaruhi oleh seberapa mudah penggunaannya, seberapa jelas dan sederhana pemahamannya, dan seberapa sederhana penguasaannya. Seseorang akan tergoda untuk memanfaatkan *mobile banking* untuk mendukung operasional perbankan jika dipandang mudah untuk digunakan. Elemen lain yang mendorong seseorang untuk

⁵⁷ Endang Fatmawati, "Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan," *Iqra': Jurnal Perpustakaan dan Informasi* 9, no. 1 (2015): h. 1-13, <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>.

mengadopsi *mobile banking* adalah kegunaan atau manfaat yang dirasakan.⁵⁸

2.6 Gaya Hidup

2.6.1 Pengertian Gaya Hidup

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan gaya hidup sebagai perilaku sehari-hari yang khas dari sekelompok individu dalam suatu masyarakat.⁵⁹ Kotler dan Keller mendefinisikan cara hidup seseorang sebagai cara berinteraksi dengan dunia luar, yang diekspresikan melalui minat, aktivitas dan opini. Gaya hidup menunjukkan bagaimana manusia secara keseluruhan berinteraksi dengan lingkungannya. Seluruh pola perilaku dan interaksi seseorang dalam lingkungan disebut gaya hidup.⁶⁰ Perkembangan globalisasi saat ini mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Indonesia menjadi lebih pesat. Kebutuhan yang semakin meningkat dan biaya hidup yang tinggi menuntut seseorang untuk berpikir lebih keras lagi dalam membelanjakan uangnya.⁶¹ Gaya hidup konsumen mengacu pada cara konsumen menjalani kehidupan sehari-hari mereka, termasuk minat dan mata pencaharian mereka. Sementara kepribadian adalah sifat psikologis yang bervariasi dari orang ke orang, gaya hidup menggambarkan bagaimana seseorang berinteraksi dengan dunia secara umum. Citra diri seseorang, yang dibentuk oleh karakteristik unik sejak lahir dan kontak

⁵⁸ Rizki Yudhi Dewantara, Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan *Mobile banking*, Vol. 62 No. 1 September 2018, (Malang: 2018)

⁵⁹ KBBI, 2021. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). [Online] Available at: <http://kbbi.web.id/rehabilitasi> [Diakses pada 24 November 2022]

⁶⁰ Kotler dan Keller, Manajemen Pemasaran, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2012), h.192

⁶¹ Muyassarrah et al., "The Effects of Accounting Knowledge, Entrepreneurial Traits, and Subjective Norms on the Use of Accounting Information in Investment Decision Making (Case Study on MSME Actors in Gunungkidul Regency)," *Journal of Islamic Accounting and Finance Research* vol.2, no. no.2 (2020): h.295-310.

sosial yang konstan sepanjang hidupnya, juga tercermin dalam gaya hidupnya.⁶²

Secara umum, gaya hidup mengacu pada bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya. Ada individu yang lebih suka menghabiskan waktu luangnya dengan teman-temannya, mereka yang ingin menghabiskan waktu sendirian, mereka yang dinamis, dan mereka yang memiliki terlalu banyak waktu luang dan uang untuk dicurahkan untuk kegiatan sosial dan keagamaan. Cara hidup seseorang, atau gaya hidup, dapat ditentukan oleh bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka temukan bermakna dalam lingkungan mereka (minat), dan bagaimana mereka melihat diri mereka sendiri dan dunia (pendapat).⁶³

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh para ahli tersebut maka gaya hidup adalah orang yang berasal dari subkultur, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya. Konsep gaya hidup apabila digunakan oleh pemasar secara cermat, dapat membantu untuk memahami nilai-nilai konsumen yang terus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut mempengaruhi perilaku konsumen.

Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Surah Al-Isra ayat 27 yang berbunyi,

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

⁶² Kotler dan Amstrong. 2009. Prinsip-prinsip pemasaran, Jilid 1, Jakarta : Erlangga

⁶³ sri rahayu and et al, 'pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Kota Palembang', Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya, vol 13.3 (2015), h. 290.

Artinya: "sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar terhadap Tuhannya".

Ayat ini mengajarkan agar kita tidak membuang-buang harta secara boros, dan kita harus bijak dalam mengelola keuangan.

Dalam konteks gaya hidup menggunakan mobile banking, kita dapat menghubungkannya dengan pengelolaan keuangan yang bijak dan efisien. Dengan adanya layanan mobile banking, kita dapat dengan mudah memantau pengeluaran, membayar tagihan, melakukan transfer uang, dan melakukan transaksi keuangan lainnya secara online dan tepat waktu. Dalam hal ini, kita harus menggunakan layanan mobile banking dengan bijak, dengan memastikan bahwa setiap transaksi yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan keuangan kita. Kita harus menghindari penggunaan mobile banking secara boros, yang dapat mengarah pada pemborosan dalam pengelolaan keuangan kita.

Dalam konteks yang lebih luas, menggunakan mobile banking secara bijak juga dapat membantu kita dalam menyesuaikan gaya hidup kita dengan kondisi keuangan. Dengan mengelola keuangan secara efisien melalui mobile banking, kita dapat mengurangi stres keuangan dan mencapai kebebasan finansial yang lebih cepat dan lebih baik, sesuai dengan prinsip-prinsip dalam agama Islam.

2.6.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Menurut Armstrong, perilaku seperti membeli atau mengkonsumsi barang dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan dalam memilih aktivitas tersebut, dapat mengungkapkan gaya hidup seseorang. Armstrong melanjutkan dengan mengatakan bahwa dua variabel berbeda mempengaruhi gaya hidup seseorang ialah faktor internal (dari dalam diri seseorang) dan faktor eksternal (dari luar). Faktor internal yaitu sikap,

pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi⁶⁴ dengan penjelasannya sebagai berikut :

1) Sikap

Sikap adalah keadaan pikiran siap bereaksi yang dibangun melalui pengalaman dan secara langsung mempengaruhi tindakan. Tradisi, rutinitas, budaya dan lingkungan sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kondisi mental seseorang.

2) Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi persepsi sosial dalam bertingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dan dipelajari dari segala perbuatan masa lampau, melalui belajar orang dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial tersebut mampu membentuk pandangan terhadap objek tersebut.

3) Kepribadian

Kepribadian adalah gabungan dari karakteristik individu dan perilaku yang menentukan perbedaan perilaku setiap individu.

4) Konsep Diri

Konsep diri adalah elemen lain yang mempengaruhi kepribadian. Konsep diri telah menjadi istilah yang cukup akrab digunakan untuk mendefinisikan hubungan antara citra merek dan konsep diri pelanggan. Ketertarikan orang pada sesuatu tergantung pada bagaimana mereka melihat diri mereka sendiri. Konsep diri, yang menjadi dasar pola kepribadian, menentukan bagaimana setiap orang menanggapi kesulitan hidup karena berfungsi sebagai kerangka acuan tindakan.

5) Motif

Perilaku individu didorong oleh beberapa alasan, antara lain kebutuhan akan penghargaan dan kebutuhan untuk merasa terlindungi. Gaya hidup

⁶⁴ P. N. A Nugraheni, *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau Dari Lokasi Tempat Tinggal* (Surakarta: Fakultas Psikologi UMS, 2003), h. 15.

yang mengarah pada gaya hidup hedonistik muncul ketika hasrat seseorang terhadap status kuat.

6) Persepsi

Proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan data untuk menciptakan kesan yang berarti dari dunia luar dikenal sebagai persepsi.

Adapun faktor eksternal sebagai berikut:⁶⁵

1) Kelompok Referensi.

Kelompok referensi adalah kelompok yang memengaruhi sikap dan perilaku seseorang, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok di mana orang tersebut berpartisipasi dan terlibat dengan anggota lainnya, sedangkan kelompok yang memberikan pengaruh tidak langsung adalah kelompok di mana individu tersebut bukan merupakan peserta. Orang akan terpengaruh pada kebiasaan dan gaya hidup tertentu sebagai akibat dari pengaruh ini.

2) Keluarga

Sekelompok dua atau lebih individu yang memiliki hubungan darah, pernikahan, atau adopsi yang tinggal bersama disebut sebagai keluarga. Keluarga dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap perilaku dan memainkan peran terbesar dan terlama dalam menentukan pandangan dan perilaku seseorang. Hal ini dikarenakan kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi gaya hidupnya dibentuk oleh gaya pengasuhan orang tua.

⁶⁵ Nugraheni. (2011). Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau Dari Lokasi Tempat Tinggal. *Jurnal Psikologi*. 3 (1), 24.

3) Kelas sosial

Dalam masyarakat yang terorganisir dalam sebuah tingkatan, kelas sosial adalah kelompok yang umumnya stabil dan yang anggotanya di setiap tingkatan memiliki kepercayaan, preferensi, dan kebiasaan yang sama. Posisi (status) dan peran adalah dua komponen fundamental dari struktur sosial yang menciptakan pembagian kelas dalam masyarakat. Posisi sosial mengacu pada kedudukan seseorang dalam masyarakat, serta pentingnya hak dan tanggung jawabnya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai melalui usaha yang dilakukan secara sadar atau melalui kelahiran. Posisi memiliki komponen dinamis yang disebut peran. Seorang individu berpartisipasi dalam budaya jika ia menjunjung tinggi hak dan kewajibannya sesuai dengan statusnya. Sebagai anggota masyarakat, orang memperoleh informasi, kepercayaan, seni, moralitas, hukum, konvensi, dan kebiasaan. Budaya terdiri dari semua ciri-ciri berpikir, merasa, dan berperilaku yang dipelajari melalui pola perilaku normatif.

Informasi yang diberikan di atas dapat digunakan untuk menarik kesimpulan bahwa gaya hidup dipengaruhi oleh variabel internal dan eksternal. Sikap, pengamatan, pengalaman, kepribadian, konsep diri, motivasi, dan persepsi adalah contoh variabel internal. Kelompok referensi, keluarga, status sosial, dan budaya adalah beberapa variabel eksternal.

2.6.3 Jenis- Jenis Gaya Hidup

1. Gaya Hidup Konsumtif

Perilaku konsumtif dicirikan sebagai kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu secara berlebihan dan sembarangan, memprioritaskan keinginan di atas kebutuhan dan hanya melihat situasi dari sudut pandang kesenangan. Istilah konsumtif dan kata konsumerisme sering digunakan secara bergantian. Konsumsi berlebihan atas barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan untuk memaksimalkan kenikmatan. Konsumtif dapat merujuk pada pemanfaatan sumber daya seperti waktu dan uang.⁶⁶

2. Gaya Hidup Hedonisme

Pandangan dunia hedonis menyatakan bahwa tujuan utama dari keberadaan adalah untuk menikmati dan mengambil bagian dalam kesenangan materi. Perilaku hedonis ditandai dengan fokus yang lebih besar pada kesenangan dan hilangnya rasa hormat terhadap orang-orang di sekitarnya. Konsumsi adalah karakteristik hedonisme karena orang sering kali membeli barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan dalam upaya memuaskan keinginan mereka. Membuang-buang uang dengan membeli berbagai barang yang tidak penting hanya untuk memamerkan merek atau komoditas kelas atas.⁶⁷

3. Gaya Hidup dalam Pemanfaatan Waktu Luang

Bagi semua orang, waktu luang adalah komponen yang paling penting. diakui dalam struktur keberadaan manusia. Waktu luang adalah untuk berekreasi, bersenang-senang, dan mengembangkan diri.⁶⁸

⁶⁶ Marlina Manalu, "Korelasi Status Sosial Ekonomi Keluarga Terhadap Gaya Hidup Remaja Di Kota Pekanbaru," *JOM FISIP* vol.4, no. no.2 (2017): h.6-7.

⁶⁷ Ibid.

⁶⁸ Ibid.

2.6.4 Indikator gaya hidup

Berikut adalah pengertian dan contoh indikator gaya hidup dalam penggunaan mobile banking:⁶⁹

1. Aktivitas

Indikator dalam aspek ini mengacu pada tindakan yang dilakukan oleh pengguna dalam penggunaan mobile banking sehari-hari. Contoh indikator dalam aspek ini adalah:

- Frekuensi penggunaan: Pengguna yang lebih sering menggunakan mobile banking cenderung lebih memilih bank yang memiliki fitur dan layanan mobile banking yang lebih lengkap dan mudah digunakan.
- Jenis aktivitas yang dilakukan: Pengguna yang sering melakukan transaksi transfer antarbank melalui mobile banking cenderung memilih bank yang memiliki biaya transfer rendah dan cepat.

2. Minat

Indikator dalam aspek ini mengacu pada faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan penggunaan layanan mobile banking, di mana pengguna menggunakan waktu dan uang untuk hal yang menarik atau menarik minatnya. Contoh indikator dalam aspek ini adalah:

- Minat dalam teknologi: Pengguna yang menyukai teknologi cenderung memilih bank yang memiliki aplikasi mobile banking yang canggih dan mudah digunakan.
- Minat dalam investasi: Pengguna yang tertarik dengan investasi cenderung memilih bank yang memiliki layanan mobile banking yang memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi investasi.

⁶⁹ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi 13. (Jakarta: Erlangga, 2009).

3. Opini

Indikator dalam aspek ini mengacu pada respon lisan atau tertulis yang diberikan pengguna sebagai tanggapan terhadap suatu stimulus atau topik terkait penggunaan mobile banking. Contoh indikator dalam aspek ini adalah:

- Pendapat tentang keamanan: Pengguna yang lebih peduli dengan keamanan cenderung memilih bank yang memiliki fitur keamanan yang lengkap, seperti autentikasi dua faktor atau fitur pengingat kata sandi.
- Pendapat tentang kualitas layanan: Pengguna yang menghargai kualitas layanan cenderung memilih bank yang memiliki layanan pelanggan yang cepat dan responsif untuk menangani masalah atau keluhan.

2.7 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul	Hasil Temuan
1.	Deepak Chawla dan Himanshu Joshi (2018)	The Moderating Effect of Demographic Variables on <i>Mobile banking</i> Adoption: An Empirical Investigation	Penerimaan <i>mobile banking</i> dipengaruhi secara positif oleh gaya hidup dan persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan.
2.	Adria Yudi Kurniaputra dan Mochamad Nurhadi (2018)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan <i>Mobile banking</i> BRI	Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat dan kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>Mobile banking</i> BRI, sedangkan risiko hampir tidak berpengaruh terhadap keputusan.

No	Penelitian	Judul	Hasil Temuan
3.	Samer Elhajjar (2019)	An analysis of factors affecting <i>mobile banking</i> adoption	Kesesuaian dengan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan <i>mobile banking</i>
4.	Chandra Zaky Maulana dkk (2019)	Influencing Factors on the Actual Usage of Mobile Phone Banking in the Shari'ah Banks: A Survey in Palembang City, Indonesia	Hasilnya menunjukkan bahwa semua faktor independen memiliki hubungan positif dan substansial dengan variabel dependen. Variabel dependennya adalah Actual Use (AU) <i>mobile banking</i> di PT Bank Syariah, sedangkan variabel independennya terdiri dari lima variabel: Perception Usability (PU), Perceived Ease of Use (PEU), Trust (T), Social Impact (SI), dan Kualitas Sistem (SQ).
5.	Novela Rizki Lestari (2018)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Internet Banking Nasabah Bank BRI Di Surabaya	persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan dan masalah keamanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan internet banking Bank BRI di Surabaya.

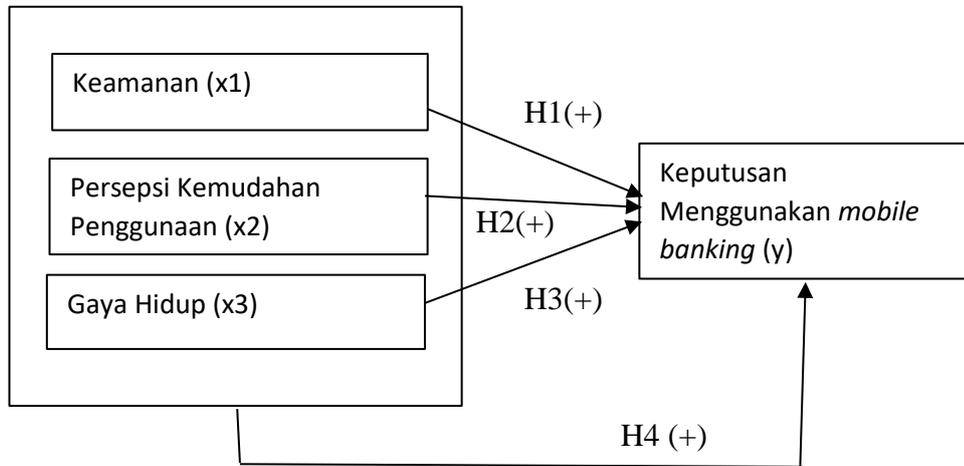
No	Penelitian	Judul	Hasil Temuan
6.	Ramayani dkk (2020)	Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan <i>Mobile banking</i>	Faktor kepercayaan, keamanan, manfaat, dan kemudahan memiliki pengaruh yang besar dalam menggunakan layanan mobile banking.
7.	Dandy Kurnia (2020)	Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Banking Jenius Pt. Bank Tabungan Pensiun Nasional	Temuan analisis data menunjukkan bahwa semua faktor independen, termasuk fitur, kemudahan penggunaan, keamanan, dan promosi, memiliki dampak simultan dan parsial terhadap keputusan penggunaan.
8.	Arthika Rajaratnam (2020)	A Study on Perceived Ease of Use on Customers Adoption to use <i>Mobile banking Services</i>	Ada hubungan positif antara kemudahan penggunaan dengan penerimaan pelanggan penggunaan layanan mobile banking bank.
9.	Azizah Putri dkk (2020)	Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Dan Perceived Credibility Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking Dimasa Covid-19	Keputusan nasabah untuk menggunakan mobile banking dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kredibilitas.

No	Penelitian	Judul	Hasil Temuan
10.	Siti Hanifah Nur S (2021)	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Menggunakan Layanan Aplikasi Brimo (MBanking) Saat Pandemi Covid19	Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup secara bersamaan memiliki dampak yang baik dan cukup besar terhadap keputusan nasabah.
11.	Rosilia Salmah dan Luqman Hakim (2021)	Pendapatan, Pendidikan, Persepsi Kemudahan, dan Sikap sebagai Mediasi terhadap Keputusan Penggunaan <i>Mobile banking</i> Syari'ah	persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan
12.	Hengky Wongso , Ramadania (2021)	Pengaruh self-efficacy, perceived usefulness, perceived ease of use, dan perceived risk terhadap intention to use <i>mobile banking</i> Bank Kalbar	terdapat pengaruh yang signifikan antara self-efficacy, perceived usefulness, perceived ease of use, dan perceived risk terhadap intention to use <i>mobile banking</i> Bank Kalbar
13.	Putri Fauziyah Nur Azizah dkk (2022)	The Effect Of The Use Of <i>Mobile banking</i> On Students Of Jakarta State University	Temuan studi ini menunjukkan bahwa keputusan untuk menggunakan mobile banking dipengaruhi oleh keamanan dan reputasi bank.
14.	Hardiyanti (2022)	Pengaruh Pola Gaya Hidup Nasabah Terhadap	Temuan analisis menunjukkan bahwa gaya hidup nasabah tidak memiliki

No	Penelitian	Judul	Hasil Temuan
		Pengguna Aplikasi <i>Mobile banking</i> di Kudus	pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan aplikasi mobile banking di Kudus.
15.	Salsabila Linnatunnisa dan Rini Safitri (2022)	Pengaruh Gaya Hidup Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan <i>Mobile banking</i>	Keputusan untuk menggunakan layanan mobile banking dipengaruhi secara positif oleh gaya hidup, sementara persepsi mudahnya penggunaan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan mobile banking.
16.	Ummi Khoiriyah dan Purnama Putra (2022)	Analisis Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile	Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan untuk menggunakan BSI Mobile tidak terpengaruh oleh kepercayaan, kemudahan, atau keamanan.

Perbedaan antara karya yang sudah ada dengan yang saya teliti adalah objek penelitian yaitu dari segi tempat dan waktu dimana objek penelitian atau lokasi penelitian yang akan saya teliti adalah BSI KC Kudus Ahmad Yani 1, perbedaan jumlah sampel yang akan saya teliti dan mengkombinasi variabel yang ambigu. Namun terdapat juga kesamaan antara karya yang telah ada dengan karya yang akan saya teliti yaitu tentang pengaruh keamanan, persepsi kemudahan penggunaan dan gaya hidup terhadap keputusan menggunakan *Mobile banking*.

2.8 Kerangka Pemikiran Teoritik



Sumber: modifikasi yang dibuat untuk penelitian dengan menggunakan sumber yang berbeda.

Berdasarkan kerangka teori yang telah diuraikan di atas, keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, dan gaya hidup nasabah memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah BSI Kudus A Yani 1 untuk menggunakan *mobile banking*.

2.9 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan landasan teori yang telah dikemukakan sebelumnya, maka yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh keamanan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile banking*

Menurut Budhi Rahardjo, keamanan informasi merupakan suatu cara untuk mencegah tindakan penipuan atau setidaknya mendeteksi keberadaan penipuan dalam suatu sistem yang berbasis informasi. Hal ini menjadi semakin sulit karena informasi tersebut tidak memiliki arti fisik. Oleh karena itu, aspek keamanan harus menjadi perhatian utama bagi perusahaan perbankan. Semakin tinggi tingkat keamanan yang ditawarkan perusahaan kepada nasabah yang menggunakan layanan

mobile banking, maka akan semakin banyak minat nasabah untuk bertransaksi dengan layanan yang ditawarkan

Konsep di atas sesuai dengan penelitian Dandy Kurnia (2020), Ramayani dkk (2020), dan Putri Fauziyah Nur Azizah dkk (2022) yang menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile banking*

Berdasarkan penjelasan teori di atas maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H1 : Keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan dalam menggunakan *mobile banking*.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile banking*

Menurut Davis, "kemudahan penggunaan" mengacu pada seberapa mudah seseorang memahami komputer untuk dipahami. Selain itu, Goodwin dan Silver mengusulkan bahwa tingkat interaksi dan intensitas penggunaan antara pengguna dan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan, yang didefinisikan sebagai persepsi seseorang bahwa sebuah teknologi tidak membutuhkan tingkat kemampuan tinggi untuk dimanfaatkan.

Konsep di atas sesuai dengan penelitian Azizah Putri dkk (2020), Arthika Rajaratnam (2020) dan Dandy Kurnia (2020) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile banking*.

Berdasarkan penjelasan teori di atas maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H2: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan dalam menggunakan *mobile banking*.

3. Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile banking*

Kotler dan Keller mendefinisikan cara hidup seseorang sebagai cara berinteraksi dengan dunia luar, yang diekspresikan melalui minat, aktivitas dan opini. Gaya hidup menunjukkan bagaimana manusia secara keseluruhan berinteraksi dengan lingkungannya. Seluruh pola perilaku dan interaksi seseorang dalam lingkungan disebut gaya hidup.

Konsep di atas sesuai dengan penelitian Salsabila Linnatunnisa dan Rini Safitri (2022), Deepak Chawla dan Himanshu Joshi (2018) dan Siti Hanifah Nur S (2021) yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile banking*.

Berdasarkan penjelasan teori di atas maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H3: Gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan dalam menggunakan *mobile banking*.

4. Pengaruh keamanan, persepsi kemudahan penggunaan dan gaya hidup terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*

H4: Terdapat pengaruh positif variabel keamanan, persepsi kemudahan penggunaan dan gaya hidup secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif untuk menggambarkan statistik, maka metodologi yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai penelitian yang sangat mengandalkan angka, mulai dari pengumpulan data melalui interpretasi data hingga penyajian kesimpulan. Penelitian dengan menggunakan teknik asosiatif berusaha mengidentifikasi hubungan antara dua variabel atau lebih.⁷⁰

3.2 Jenis dan Sumber Data

1. Data primer atau data yang peneliti peroleh langsung dari sumber datanya. Tanggapan langsung responden terhadap survei atau kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* di BSI cabang Kudus akan mendapatkan kuesioner berupa barcode untuk mengumpulkan data penelitian dan melalui media sosial berupa whatsapp.
2. Data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari sumber selain dari subjek penelitian itu sendiri. Data sekunder merupakan sumber yang dapat memberikan informasi tambahan untuk mendukung informasi penting. Beberapa situs web yang didedikasikan untuk penelitian digunakan sebagai sumber data penelitian sekunder.

⁷⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, Bandung : Alfabeta, 2017, h.2.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kumpulan atau kelompok spesies, termasuk orang, benda, hewan, dan lainnya, yang menjadi perhatian di lokasi tertentu.⁷¹ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia Kudus A Yani 1 yang menggunakan aplikasi *Mobile banking* yang berjumlah 4.589.

3.3.2 Sampel

Sampel dapat mencerminkan populasi karena merupakan bagian dari populasi dalam hal ukuran dan karakteristik.⁷² Salah satu teknik untuk memperoleh sampel adalah teknik sampling. Peneliti kemudian menggunakan rumus dengan teknik Slovin untuk mendapatkan jumlah sampel.⁷³ Di bawah ini adalah rumus Metode Slovin

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen ruang untuk kesalahan dalam penilaian yang masih bisa diterima atau diinginkan, seperti 5% atau 10%.

Berdasarkan rumus Slovin jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut:

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

⁷¹ Suharyadi Purwanto S.K. Statistika Untuk Ekonomi & Keuangan Modern, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat 2004, h. 323.

⁷² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

⁷³ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm.180

$$n = \frac{4.589}{1+4.589 \cdot 10^2}$$

$$n = \frac{4.589}{1+4.589 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{4.589}{46,89}$$

$$n = 98$$

Jadi, dengan 4.589 nasabah dalam populasi, ukuran sampel untuk penelitian ini dihitung menggunakan tingkat kesalahan 10% karena populasi yang sangat besar, yang menyulitkan peneliti untuk menganalisis populasi karena kendala faktor waktu dan sumber daya. Sampel penelitian ini dipilih sebanyak 98 konsumen dari total 4.589 nasabah yang menggunakan *mobile banking*. Metode dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan probability sampling dengan Teknik simple random sampling. metode pengambilan sampel yang menawarkan setiap komponen atau orang dalam populasi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Simple random sampling adalah metode pengambilan sampel dimana setiap orang dalam populasi diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama.⁷⁴

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Dalam penelitian ini, metode yang penulis gunakan untuk mengumpulkan dan mengolah data adalah dengan menggunakan kuesioner (angket). Partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau komentar yang

⁷⁴ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung : Alfabeta, 2017) h.2

diberikan peneliti dalam kuesioner yang merupakan alat untuk mengumpulkan data.⁷⁵

2. Wawancara

wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data, Jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi masalah yang akan dipecahkan, studi yang lebih dalam dan responden yang sedikit/kecil.⁷⁶ . Wawancara adalah metode pengumpulan informasi dengan cara bertanya langsung kepada partisipan. Dalam penelitian ini, informasi tentang topik penelitian dikumpulkan melalui wawancara. *customer service* dan *Branch office Service Manager* Bank BSI Kudus Ahmad Yani 1 turut serta dalam wawancara tersebut.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sekumpulan bahan yang dapat menjadi bukti dari suatu prosedur pengumpulan data tertentu. kelebihan dokumentasi sebagai sumber data untuk keperluan penelitian. Foto digunakan sebagai dokumentasi dalam penelitian ini, yang mengumpulkan informasi mengenai konsumen.⁷⁷

4. Kepustakaan

Kepustakaan adalah metode untuk meneliti, menganalisis, dan merujuk teori-teori dari berbagai sumber literatur, termasuk buku, makalah, jurnal, internet, dan sebagainya. Keuntungan menggunakan kepustakaan ini sebagai sumber untuk menguji hipotesis yang ditemukan oleh para ahli.⁷⁸

⁷⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 137

⁷⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis (Bandung: Alfabeta, 2010),h.95.

⁷⁷ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Metodologi Penelitian, Yogyakarta: Andi Offset, 2010, h. 4.

⁷⁸ Ibid.

3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran

3.4.1 Variabel Penelitian

Karakteristik yang dapat dilihat dari unit observasi adalah variabel. Dalam penelitian, variabel adalah karakteristik dari sekumpulan objek yang diteliti yang berbeda dari satu objek dengan objek lainnya dalam kelompok, maka dapat dibuat kategori variabel penelitian sebagai berikut: ⁷⁹

1. Variabel bebas (Independent Variable)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau berpengaruh terhadap variabel lain, yang biasanya muncul pertama kali dalam urutan waktu. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel “X”.⁸⁰

Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu : Keamanan(x1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (x2), Gaya Hidup (x3)

2. Variabel terikat (Dependent Variable)

Variabel dependen adalah variabel yang disebabkan atau dipengaruhi oleh variabel independen.⁸¹ Variabel yang terpengaruh dalam penelitian ini:

Keputusan untuk menggunakan *mobile banking* (Y)

3.4.2 Pengukuran

Dalam penelitian ini digunakan skala Likert sebagai alat ukur untuk mengukur tanggapan responden. Kuesioner atau angket disusun dengan menggunakan lima (lima) alternatif jawaban, yaitu SS (sangat setuju), S (setuju), Netral (N), TS (tidak setuju), STS (sangat tidak setuju).).

⁷⁹ Sugiharto, Dergibson Siagian, Lasmono Tri Sunaryanto, Denny S.Oetomo, Teknik Sampling, (Cet.2 ; Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), 13

⁸⁰ Nanang Martono, Metode Penelitian Kuantitatif, Edisi revisi 2, (Cet. V ; Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2016), 20.

⁸¹ ibid

Pengukuran untuk masing-masing pertanyaan dapat dilihat pada tabel berikut:

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

Sumber: (Sugiono, 2013: 94)

Data penelitian dikumpulkan dengan kuesioner, dengan meminta responden untuk mengisi kuesioner atau memberikan informasi tertulis. Dalam survei ini direncanakan pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan secara logis sesuai dengan masalah penelitian, dan setiap jawaban atas pertanyaan tersebut memiliki arti dalam hal pengujian hipotesis.

3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional mendefinisikan bagaimana mengukur variabel-variabel yang telah ditentukan secara teoritis dan digunakan sebagai standar dalam sebuah penelitian.

Tabel 3. 1

Definisi Operasional Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Ukur
Keamanan (X1)	Keamanan yaitu suatu kondisi dimana data nasabah terjaga kerahasiaannya dan nasabah merasa yakin akan jaminan keamanan yang bank berikan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keamanan pembayaran seluler 2. Keamanan jaringan 3. Keamanan perangkat (Sindhu Singh, R.K Srivastava, 2018)	Diukur dengan kuesioner pada skala Likert.
Persepsi Kemudahan penggunaan (X2)	Penilaian seseorang tentang sebuah teknologi yang mudah digunakan dikenal sebagai persepsi kemudahan penggunaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jelas dan mudah dimengerti (clear and understandable). 2. Mudah digunakan (ease to use). 3. Tidak dibutuhkan banyak usaha (does not require a lot of mental effort). 4. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan 	Diukur dengan kuesioner pada skala Likert.

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Ukur
		<p>apa yang ingin individu kerjakan (ease to get the system to do what he/she wants to do).</p> <p>(Venkatesh dan Davis, 2000)</p>	
Gaya Hidup (X3)	Gaya hidup adalah bagaimana konsumen menghabiskan waktu dan uang berdasarkan minat mereka.	<ol style="list-style-type: none"> 1. aktivitas 2. minat 3. pendapat <p>(P. Kotler K. Keller, 2009)</p>	Diukur dengan kuesioner pada skala Likert.
Keputusan Menggunakan <i>mobile banking</i> (Y)	Keputusan untuk menggunakan <i>mobile banking</i> adalah keputusan yang diambil oleh nasabah dalam menggunakan layanan setelah mempertimbangkan berbagai faktor, yang ditunjukkan dengan tindakan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. manajemen akun 2. transfer uang pembayaran 3. Pembelian/transaksi berulang. <p>(Tao Zhou et.al, 2010)</p>	Diukur dengan kuesioner pada skala Likert.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Data dapat dikatakan lolos uji validitas, atau uji kesahihan, jika dapat mengukur data dan mencerminkan variabel. Uji validitas yang dibutuhkan model regresi menggunakan instrumen pencarian data kuesioner dan sumber primer. Pernyataan benar atau kuesioner akurat jika r hitung $>$ dari r tabel dengan tingkat signifikansi 5%.⁸²

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu Jika data tersebut dianggap cocok untuk mengukur dan mencerminkan variabel, maka data tersebut dapat dikatakan reliabel.⁸³ Uji Cronbach Alpha digunakan dalam penilaian reliabilitas penelitian ini, Jika nilai Cronbach Alpha suatu instrumen lebih dari 0,6, maka instrumen tersebut dianggap dapat diandalkan. Uji reliabilitas instrumen pada tingkat signifikan 5%.

Rumus Cronbach Alpha yaitu:

$$r_{11} = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^n S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

n = jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum s^2 i$ = jumlah varian skor tiap item

⁸² Irwan Gani and Siti Amalia, *Alat Analisis Data*, ed. Putri christian, II. (Yogyakarta: Andi Offset, 2018), h. 130.

⁸³ Ibid.

$s^2 t = \text{varian total}$

3.6.3 Uji Normalitas

Uji distribusi data, atau uji normalitas, menentukan apakah distribusi tersebut normal atau tidak. Selain itu, statistik tidak dapat dianggap mewakili populasi jika tidak terdistribusi secara teratur atau normal.⁸⁴

- Jika nilai sig. < 0,05 maka data tidak terdistribusi dengan normal.
- Jika nilai sig. > 0,05 maka data terdistribusi dengan normal

3.6.4 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan sebagai alat analisis untuk melihat adanya hubungan yang signifikan antara variabel-variabel bebas pada model regresi. Model regresi dikatakan multikolinier jika ditemukan adanya korelasi atau hubungan antar dua atau lebih variabel independen. Gejala multikolinieritas tidak boleh ada pada model regresi yang layak. Pengujian multikolinieritas diperlukan untuk memastikan bahwa model regresi tidak terdapat tanda-tanda adanya hubungan yang signifikan antar variabel independen.⁸⁵

Nilai tolerance menggambarkan bagaimana menentukan apakah variabel-variabel bebas saling berkorelasi:

- Ketika nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih kecil dari 10, tidak ada indikasi multikolinieritas.
- Ketika nilai toleransi kurang dari 0,1 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih besar dari 10, terdapat indikasi multikolinieritas.

⁸⁴ Ibid, h. 131.

⁸⁵ Ibid, h. 140.

3.6.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan guna mengevaluasi apakah terdapat variasi dalam varians dan nilai residual antar pengamatan. Jika varian dan nilai residual antar dua pengamatan sama, maka persyaratan homoskedastisitas terpenuhi. Regresi yang homoskedastik dianggap lebih baik daripada yang heteroskedastik.⁸⁶

Menggunakan uji Glejser untuk menguji heteroskedastisitas, dilakukan melalui grafik Scatter Plot residual (ZRESID) beserta prediksi variabel dependen (ZPRED).

- Tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas jika nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 5\%$.
- Terdapat tanda-tanda heteroskedastisitas jika nilai signifikansi kurang dari $\alpha = 5\%$.

3.6.6 Uji Autokorelasi

Autokorelasi terjadi ketika terdapat keterkaitan antara residual pada periode t dengan periode sebelumnya, yang dikenal sebagai autokorelasi ($t-1$). Model regresi dianggap baik jika tidak terdapat masalah dengan autokorelasi. Uji Durbin-Watson (DW-Test) digunakan untuk menentukan apakah ada atau tidaknya autokorelasi. Berikut adalah prosedur pengambilan keputusan dalam uji Durbin-Watson (DW-Test):⁸⁷

- Apabila nilai D-W kurang dari -2, artinya ada indikasi masalah autokorelasi positif.
- Apabila nilai D-W terletak di antara -2 dan +2, artinya tidak ada masalah autokorelasi.
- Apabila nilai D-W menunjukkan angka lebih besar dari +2, artinya ada indikasi masalah autokorelasi negatif.

⁸⁶ Ibid.

⁸⁷ Singgih Santoso, *Menguasai Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015), h.194

3.6.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan sebagai alat untuk menghubungkan dua variabel bebas (x) atau lebih dengan variabel terikat (y) dalam suatu penelitian statistik. Sebagai alat untuk menguji hubungan antara variabel independen dan dependen, digunakan persamaan umum regresi linier berganda, yaitu.⁸⁸

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

Keterangan :

Y = Keputusan menggunakan *mobile banking*

a = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien regresi

X1 = Keamanan

X2 = Persepsi Kemudahan Penggunaan

X3 = Gaya Hidup

e = Error

3.6.8 Uji koefisien determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk memperkirakan dan meramalkan seberapa besar atau seberapa signifikan kontribusi pengaruh gabungan variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Terdapat rentang 0 hingga 1 dalam koefisien determinasi. Hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk meramalkan variabel dependen disediakan oleh variabel independen jika nilainya mendekati 1. Namun, kemampuan faktor-faktor independen untuk menjelaskan variabel dependen sangat terbatas jika nilai R² menurun.⁸⁹

⁸⁸ Dorothy Rouly Haratua Pandjaitan and Aripin Ahmad, *Metode Penelitian*, h. 103.

⁸⁹ Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

3.6.9 Uji simultan F

Uji F melihat apakah semua variabel independen memiliki dampak pada variabel dependen. Untuk mengetahui dampak gabungan dari semua faktor independen terhadap variabel dependen, maka dilakukan uji F. Nilai signifikan F 0,05 menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan berdampak pada variabel dependen atau sebaliknya. Ambang batas yang digunakan adalah 0,5 atau 5%.⁹⁰

3.6.10 Uji Parsial T

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.⁹¹ Adapun kriteria dari uji statistik t:

- H0 diterima dan Ha ditolak jika nilai signifikansi uji t lebih besar dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel independen dan dependen tidak memiliki hubungan satu sama lain.
- H0 ditolak dan Ha diterima jika nilai signifikansi uji t lebih kecil dari 0,05.

Hal ini mengindikasikan bahwa variabel independen dan variabel dependen saling mempengaruhi satu sama lain.

⁹⁰ Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

⁹¹ Mulyono, *Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu* (Deepublish, 2018).

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai negara berpenduduk Muslim terbesar di dunia memiliki potensi di sektor keuangan syariah. Meningkatnya pemahaman masyarakat terhadap isu halal dan kuatnya dukungan pemangku kepentingan menjadi faktor berkembangnya keragaman industri halal, termasuk bank syariah. Bank syariah memainkan peran penting dalam mempromosikan semua kegiatan ekonomi halal. Selama tiga dekade terakhir, bank syariah telah banyak tumbuh dan berkembang. Perkembangan positif dari tahun ke tahun mendorong bank untuk melakukan inovasi produk, meningkatkan layanan dan mengembangkan jaringan. Semangat kemajuan dapat dilihat pada banyak bank syariah yang bergerak dalam kegiatan korporasi. Termasuk bank syariah milik negara yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) dan Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS).⁹²

Gabungan tiga bank BUMN, yaitu BSM, BNIS, dan BRIS, mengantarkan BSI meraih predikat TOP 3 sebagai bank syariah terbesar dalam TOP BRAND Award 2020. Pada tanggal 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H, Bank Syariah Indonesia (BSI) akan resmi beroperasi sebagai hasil penggabungan tiga Bank Syariah yang dikendalikan oleh Bank BUMN. Manfaat untuk menawarkan layanan yang komprehensif, jangkauan nasabah yang luas, dan kapasitas keuangan yang lebih tinggi akan digabungkan dengan penggabungan ketiga bank syariah tersebut, sehingga memungkinkan mereka untuk bersaing dalam skala global. Ketiga bank syariah tersebut telah bergabung untuk membentuk satu bank syariah yang menjadi kebanggaan masyarakat. Bank Syariah ini diharapkan dapat

⁹² BSI, 'Tentang Kami Informasi Lengkap Tentang Bank Syariah Indonesia' <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami> di akses 15 Januari 2023.

mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat luas. Kehadiran BSI diyakini akan menjadi cerminan budaya perbankan syariah di Indonesia yang berpikiran maju, inklusif, dan bermanfaat bagi semua orang.⁹³

Salah satu usaha yang menawarkan jasa keuangan berdasarkan prinsip syariah adalah Bank Syariah Indonesia KC Kudus. Secara geografis, BSI KC Kudus terletak di Kabupaten Kudus, Provinsi Jawa Tengah, tepatnya di Ruko Ahmad Yani No. 9 Jl. Ahmad Yani.

4.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KC Kudus

a. Visi

Menjadi Top 10 global *Islamic* bank di waktu lima tahun kedepan.

b. Misi

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia
Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja

4.1.3 Struktur Organisasi BSI KC Kudus

Terdapat struktur organisasi yang berguna untuk memudahkan pekerjaan masing-masing pekerja sehingga dapat beroperasi dengan baik

⁹³ Ibid

dalam perusahaan yang menangani dana dalam menjalankan kegiatan operasional. Jabatan yang dipegang oleh para pekerja di BSI KC Kudus terbagi sebagai berikut:⁹⁴

1. Branch Manager (BM)	= Rezania Maisyaroh
2. BOSM	= Eko Mustahal M
3. OS	= Arif Ulin Nuha
4. RBRM	= Isro Purnomo
5. MBM	= Suprayogo
6. Pawning Officer	= Ossy Ambarita S.
7. Pawning Staff	= Phutut Marhento
8. FTS	= Ari Fanik S.
9. BFO Manager	= Muamar Rahman S
10. BFO Staff	= Anita Wahyuningrum
11. PBO	= Nor Saiz
12. Consumer Verification Staf	= Novi Nurhayati
13. Micro Staf	= Agus Mahfud
14. Account Maintenance Staff	= Dwi Panuju W
15. Junior Account Maintenance Staff	= M. Asyroful Anam
16. BCS	= Artati Mudjirahayu
17. Area Consumer Verification Staff	= Adhi Setyo N
18. Area SME Verification Staff	= Alaik Allama
19. ACFS	= Arinil Husna
20. SFE Junior Silver	= Indah Aprilianti
21. PMM	= 1. Azza Farihun N 2. Alex Indra Eka S
22. APM	= Erfania S
23. Financing Advisor AXA	= Thesa Anindya P

⁹⁴ Hasil Wawancara Dengan Bapak Eko, Selaku Branch Operasional Service Manager Pada 8 februari 2023.

24. CS	= Fatikha Aulia Said = M. Agus Saputra
25. Teller	= Elok Sischa L = Fatimah
26. OB	= 1. M. Agung S 2. M Jafar
27. Driver	= Anggita Wansa S Puguh Haryono
28. Security	= Abdul Rozak M. Romadhon Agus Purwanto

4.1.4 Produk-Produk BSI KC Kudus

Ada beberapa produk yang ditawarkan BSI KC Kudus yang bisa memenuhi kebutuhan masyarakat yaitu mulai dari tabungan yaitu tabungan valas, tabungan bisnis, tabungan pendidikan, tabungan pensiun, tabungan easy wadiah, tabungan easy mudharabah dan lain sebagainya.

Produk yang ditawarkan BSI KC Kudus selain produk tabungan adalah produk pembiayaan. Pembiayaan di Perbankan Syariah berdasarkan jenis akad yang sesuai syariah terdiri dari Mudharabah, Musyarakah, Murabahah, Salam, Istishna, Qardh, Ijarah dan IMBT. Pembiayaan Mudharabah Menurut Fatwa DSN-MUI No. 07/DSN-MUI/IV/2000, pembiayaan mudharabah adalah akad kerjasama antara dua pihak dimana pihak pertama adalah shahibul maal (pemilik modal) yang menyediakan seluruh modalnya. Pihak kedua adalah mudharib (pengelola modal) yang bertindak sebagai pengelola modal.⁹⁵ Pembiayaan BSI seperti produk pembiayaan BSI Griya, BSi OTO, BSI mitra guna emas, BSI Umroh, BSI KUR Super Mikro dan lain sebagainya.

⁹⁵ Mardhiyaturrositaningsih, "The Financing Structure of Islamic Banks: A Comparative Study," *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* vol.4, no. no.1 (2023): h.19-32.

4.2 Deskripsi Responden

Para responden yang membantu dalam analisis penelitian dijelaskan secara singkat pada bagian ini. Sebanyak 98 nasabah BSI KC Kudus yang menggunakan *mobile banking* digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode probability sampling. Dalam rangka memberikan informasi dalam temuan penelitian, sangat penting untuk memahami keadaan dan kondisi responden.

Kuesioner berbasis barcode digunakan dalam penelitian ini, dan BSI KC Kudus menerimanya. Kuesioner disebar mulai bulan Januari dan berlangsung hingga 20 Februari 2023. Responden dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan jenis pekerjaan.

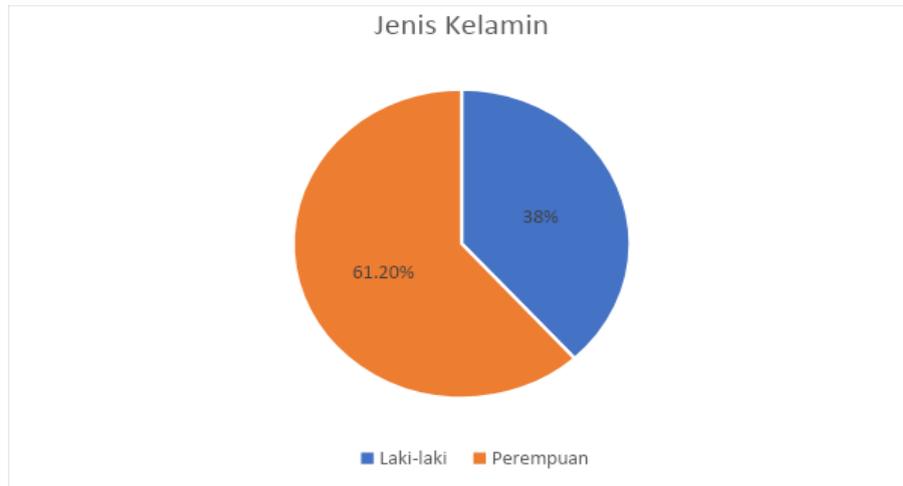
1. Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	38	38.8	38.8	38.8
	Perempuan	60	61.2	61.2	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Berdasarkan temuan pada tabel 4.1, terdapat 60 responden perempuan atau 61,2% dari total keseluruhan dan 38 responden laki-laki atau 35,8% dari total keseluruhan konsumen BSI KC Kudus berdasarkan karakteristik jenis kelamin.

Diagram 4. 1 Jenis kelamin



Sumber: Data Primer diolah tahun 2023

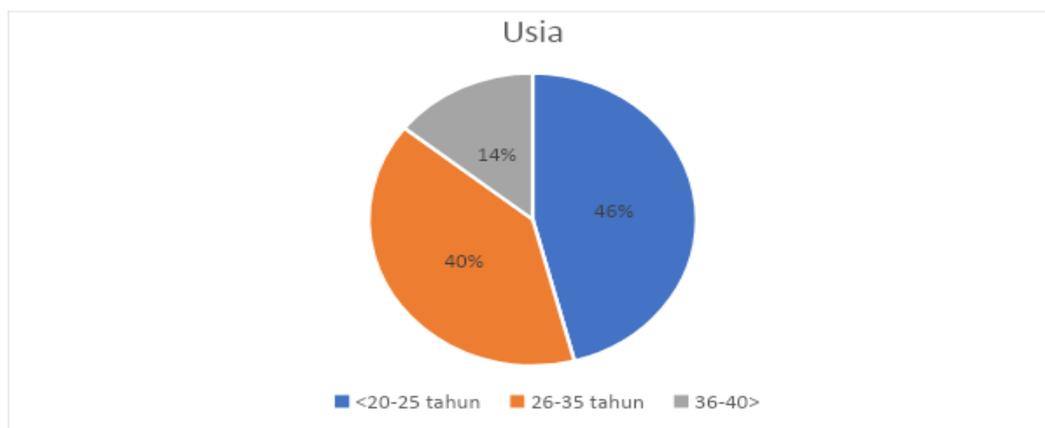
2. Usia

Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <20-25 tahun	45	45.9	45.9	45.9
26-35 tahun	39	39.8	39.8	85.7
36-40> tahun	14	14.3	14.3	100.0
Total	98	100.0	100.0	

Menurut temuan, 45 nasabah (45,9%) dari 98 responden adalah responden yang berusia antara <20 sampai 25 tahun. Selain itu, terdapat 39 nasabah (39,8%) berusia antara 26 sampai 35 tahun, dan 14 nasabah(14%) berusia antara 36 sampai 40 tahun.

Diagram 4. 2 Usia



Sumber: Data Primer diolah tahun 2023

3. Pendidikan Terakhir

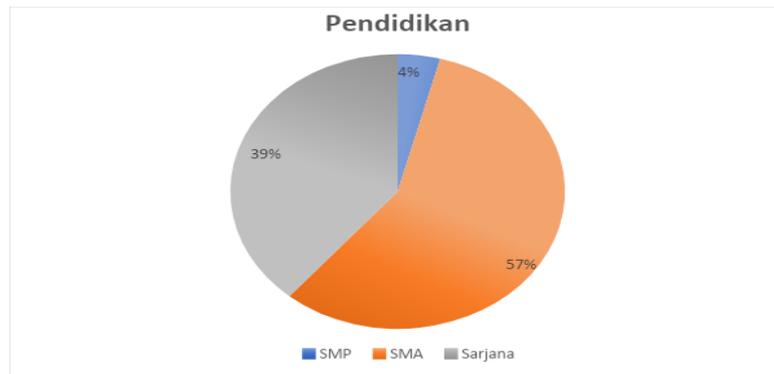
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	4	4.1	4.1	4.1
	SMA	56	57.1	57.1	61.2
	Sarjana	38	38.8	38.8	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Tabel 4.3 menampilkan karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir mereka, yaitu SMP yaitu 4 responden dengan persentase 4,1%, SMA yaitu 56 responden dengan persentase 57,1%, dan S1 yaitu 38 responden dengan persentase 38,8%. Jadi, dalam dalam

penelitian ini pendidikan SMA merupakan pendidikan terakhir responden yang paling banyak.

Diagram 4. 3 Pendidikan



Sumber: Data Primer diolah tahun 2023

4. Jenis Pekerjaan

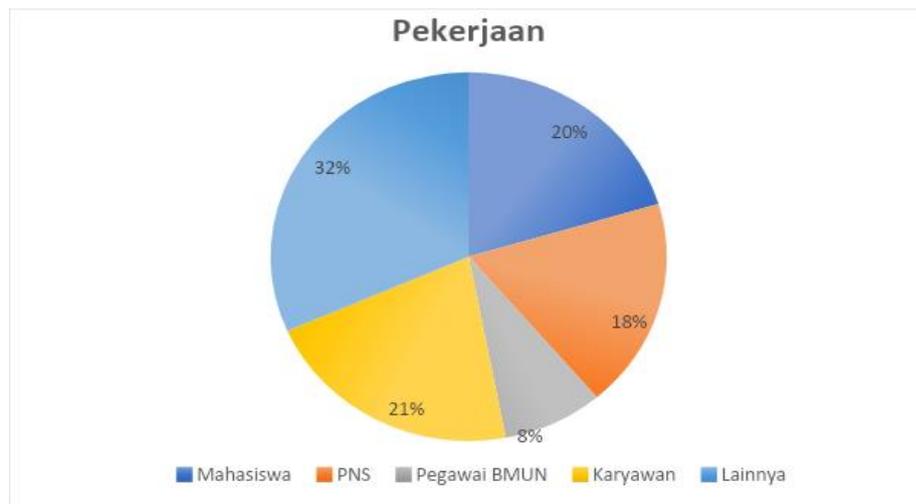
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	20	20.4	20.4	20.4
	PNS	18	18.4	18.4	38.8
	Pegawai BUMN8	8	8.2	8.2	46.9
	Karyawan	21	21.4	21.4	68.4
	Lainnya	31	31.6	31.6	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Tabel 4.4 mencantumkan karakteristik responden dalam kelompok pekerja, termasuk jumlah mahasiswa sebanyak 20 orang atau persentase

20,4%, PNS sebanyak 18 orang atau presentase 18,4%, pegawai BUMN sejumlah 8 orang atau presentase 8,2%, Karyawan sejumlah 21 orang dengan presentase 21,4%, serta pekerjaan lainnya sebanyak 31 orang dengan persentase 31,6%.

Diagram 4. 4 Pekerjaan



Sumber: Data Primer diolah tahun 2023

4.3 Uji Instrumen Penelitian

4.3.1 Uji Validitas

Pengujian yang berguna untuk menentukan apakah suatu pernyataan atau item dalam kuesioner benar atau salah untuk item yang digunakan. Nilai Rhitung dan Rtabel dapat dibandingkan untuk menentukan tingkat validitas. Signifikan (α) = 0,05 adalah titik potong untuk menentukan apakah suatu uji validitas valid, dan jika rhitung lebih besar dari rtabel, maka valid. Uji dua arah diketahui sebesar 0,195 untuk menentukan nilai t-tabel, yaitu dengan mencari degree of freedom (df) = $(n-2) = 98-2 = 96$ dengan alpha 0,05.

Menggunakan SPSS Statistics 26, pengujian validitas dilakukan dengan Pearson Product Moment Test. Tabel berikut menunjukkan hasil analisis:

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas

Keamanan (X1)				
Item	Nilai R	R-tabel	Nilai Sig	Signifikan
X1.1	0,800	0.195	0,000	Valid
X1.2	0,731	0.195	0,000	Valid
X1.3	0.710	0.195	0,000	Valid
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)				
Item	Nilai R	R-tabel	Nilai Sig	Signifikan
X2.1	0,603	0.195	0,000	Valid
X2.2	0,762	0.195	0,000	Valid
X2.3	0.704	0.195	0,000	Valid
X2.3	0,688	0.195	0,000	Valid
Gaya Hidup (X3)				
Item	Nilai R	R-tabel	Nilai Sig	Signifikan
X3.1	0,703	0.195	0,000	Valid
X3.2	0,732	0.195	0,000	Valid
X3.3	0.806	0.195	0,000	Valid
Keputusan (Y)				
Item	Nilai R	R-tabel	Nilai Sig	Signifikan
X3.1	0,750	0.195	0,000	Valid
X3.2	0,750	0.195	0,000	Valid
X3.3	0.757	0.195	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5, semua pertanyaan kuesioner yang berkaitan dengan faktor keamanan (x1), persepsi kemudahan penggunaan (x2), gaya hidup (x3), dan pilihan untuk menggunakan (y) adalah valid karena nilai r-

hitung masing-masing lebih tinggi daripada r-tabel. Sehingga bisa membawa item-item pernyataan tersebut ke pengujian berikutnya.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas dapat digunakan untuk merepresentasikan reliabilitas dan kestabilan skor (skala pengukuran atau indikator) dengan menggunakan alat Cronbach alpha, Nilai Cronbach's Alpha harus lebih dari 0.60 dengan tingkat signifikansi = 5% agar dapat lolos uji reliabilitas. Tabel berikut ini menunjukkan hasil pengujian untuk data yang diolah dengan SPSS Statistics 26:

Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Hitung	Cronbach's Alpha	Keterangan
Keamanan (X1)	0,602	0,60	Reliable
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	0,630	0,60	Reliable
Gaya Hidup (X3)	0,606	0,60	Reliable
Keputusan Menggunakan (Y)	0,613	0,60	Reliable

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2023

Temuan reliabilitas instrumen penelitian memperoleh nilai Cronbach Alpha yang lebih dari 0.60, sesuai dengan hasil pengujian yang disebutkan di atas. Dimana koefisien reliabilitas X1 adalah 0,602, koefisien reliabilitas X2 0,630, koefisien reliabilitas X3 0,606 dan koefisien reliabilitas Y adalah 0.613. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipercaya atau *reliabel*.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengevaluasi apakah data tersebut normal atau tidak dengan memeriksa distribusi data. Uji

Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk menentukan apakah data memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- Data dianggap normal apabila nilai sig. > 0,05 dan Ho ditolak.
- Hasil dianggap tidak normal apabila sig. > 0,05 dan Ho diterima.

Berikut ini hasil pengujian disajikan dalam tabel :

Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.96938647
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.064
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.109 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil pengujian menunjukkan tingkat Asymp. Nilai signifikansi > 0,05, seperti yang ditunjukkan oleh nilai sig.(2-tailed) sebesar 0,109. Oleh

karena itu, nilai residual dianggap terdistribusi secara teratur atau normal. Oleh karena itu, data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

4.4.2 Uji Multikolinieritas

Pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi menemukan korelasi antar variabel bebas (*independen*). Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- Apabila nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,10 dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.
- Apabila nilai VIF > 10 dan nilai tolerance < 0,10 dikatakan terjadi masalah multikolinieritas.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	t	Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.131	.261		
Keamanan	2.665	.009	.964	1.037
Persepsi Kemudahan Penggunaan	3.336	.001	.768	1.301
Gaya Hidup	3.909	.000	.791	1.263

Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

Berdasarkan data tersebut, variabel X1 (keamanan) memiliki nilai VIF sebesar 1.037, variabel X2 (persepsi kemudahan penggunaan) memiliki

nilai VIF sebesar 1.301, dan variabel X3 (gaya hidup) memiliki nilai VIF sebesar 1.263. Hal ini mengarah pada kesimpulan bahwa semua variabel independen (X) memiliki nilai VIF di bawah 10, dan semua tingkat toleransi variabel tersebut lebih tinggi dari 0,10. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa model regresi tidak mengalami masalah multikolinieritas.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Ketidaksamaan residual yang muncul dalam model regresi ketika membandingkan satu hasil observasi dengan observasi lainnya dapat diuji untuk melihat apakah residual tersebut tetap atau berubah-ubah. Uji Glejser diterapkan dalam situasi berikut ini untuk menentukan ada atau tidaknya heteroskedastisitas:

- Jika koefisiennya memiliki nilai sig. lebih dari 0,05, tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika koefisien signifikansi kurang dari 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

Berikut adalah hasil dari uji heteroskedastisitas dengan menggunakan IBM SPSS Statistics Version 26 :

Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Standardized Coefficients		
		Beta	T	Sig.
1	(Constant)		.970	.334
	Keamanan	.041	.387	.700
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	-.058	-.490	.625
	Gaya Hidup	-.017	-.149	.882

a. Dependent Variable: RES2

Temuan pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi masing-masing variabel, atau nilai Sig, lebih dari 0,05. Nilai signifikansi > 0,05 menunjukkan bahwa model regresi hubungan antara keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, dan gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* tidak menunjukkan adanya indikasi adanya heteroskedastisitas.

4.4.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk menentukan apakah variabel independen dalam suatu model saling mempengaruhi satu sama lain.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.632 ^a	.399	.380	.98473	1.935

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan

b. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

Statistik yang disebutkan di atas menunjukkan bahwa nilai D-W sebesar 1,935 dicapai untuk uji Durbin-Watson untuk persamaan regresi residual. Nilai D-W antara -2 dan +2 mengindikasikan tidak adanya masalah autokorelasi. berdasarkan hasil perhitungan D-W, yang menghasilkan angka 1,935 dengan menggunakan model regresi. Terlihat jelas bahwa tidak ada autokorelasi karena nilai D-W (1,935) berada di antara -2 dan +2 ($-2 < D-W < +2$).

4.5 Pengujian Hipotesis

4.5.1 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Uji Analisis Regresi Linier Berganda adalah metode untuk menentukan apakah satu atau lebih variabel independen memiliki dampak terhadap variabel dependen. Tujuan dari analisis data ini adalah untuk mengetahui bagaimana keamanan (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2) dan gaya hidup (X3) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.748	1.546		1.131	.261
	Keamanan	.250	.094	.217	2.665	.009
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.241	.072	.304	3.336	.001
	Gaya Hidup	.311	.079	.351	3.909	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

Dari pengujian tersebut, jelaslah bahwa persamaan untuk regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

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

$$Y = 1,748 + 0,250X_1 + 0,241 X_2 + 0,311X_3 + e$$

Penafsiran persamaan regresi diatas yaitu :

1. Nilai konstanta sebesar 1,748 menunjukkan bahwa kemungkinan memilih *mobile banking* meningkat sebesar 1,748 jika nilai potensial dasar dari semua variabel independen (x) konstan nol. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
2. Nilai koefisien regresi keamanan adalah 0,250, artinya jika variabel keamanan (X1) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) dan gaya hidup (X3) konstan, maka keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* meningkat sebesar 0,250. Hal tersebut menunjukkan bahwa

variabel keamanan berkontribusi positif bagi keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi mobile banking

3. Nilai koefisien regresi persepsi kemudahan penggunaan (X2) adalah 0,241, artinya jika variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain tetap konstan, maka keputusan untuk menggunakan *mobile banking* meningkat sebesar 0,241. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan untuk menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara positif oleh persepsi kemudahan penggunaan.
4. Nilai koefisien regresi gaya hidup (X3) adalah 0,311, artinya jika variabel gaya hidup (X3) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain tetap konstan, maka keputusan untuk menggunakan *mobile banking* meningkat sebesar 0,311. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keinginan seseorang untuk memanfaatkan *mobile banking*.

4.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji ini dirancang untuk memeriksa apakah model regresi dapat menjelaskan variabel dependen secara memadai. Informasi berikut ini dikumpulkan dari hasil pengujian koefisien determinasi:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.632 ^a	.399	.380	.98473

Berdasarkan hasil pengujian di atas, nilai Adjusted R Square sebesar 0,380 menunjukkan bahwa 38% dari pilihan untuk menggunakan *mobile*

banking didorong oleh keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, dan gaya hidup, sedangkan 62% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.

4.5.3 Uji Signifikansi Simultan (F-Test)

Untuk memastikan bagaimana faktor-faktor independen berinteraksi satu sama lain untuk mempengaruhi variabel dependen, gunakan uji F.

- Terdapat pengaruh secara simultan dari variabel X terhadap variabel Y jika nilai sig kurang dari 0,05 atau F hitung > F tabel.
- Tidak terdapat pengaruh secara simultan variabel X terhadap variabel Y jika nilai sig lebih dari 0,05 atau F hitung < F tabel.

$$F \text{ table} = F (K; n-k)$$

$$= F (3; 95)$$

$$= 2.70$$

Berikut ini hasil uji F :

Tabel 4. 13 Hasil Uji F-Test

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60.481	3	20.160	20.790	.000 ^b
	Residual	91.152	94	.970		
	Total	151.633	97			

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan

Temuan pengujian menunjukkan bahwa Fhitung adalah 20,7790. Dengan menggunakan perhitungan $df = (n-k-1) = 83-4-1 = 78$, maka nilai

F_{tabel} adalah 2,70 dengan tingkat signifikansi 5% (0,05). F_{hitung} > F_{tabel} (20.790 > 2.70), dan nilai signifikansi 0.000 < 0.05, seperti yang dapat ditunjukkan. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan penggunaan *mobile banking* dipengaruhi secara positif oleh faktor keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, dan gaya hidup.

4.5.4 Uji Signifikansi Parsial (T-test)

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen digunakan uji t dengan membandingkan nilai probabilitas variabel independen dengan taraf signifikansi (0,05) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$. Variabel bebas (x) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) bila nilai sig lebih kecil dari 0,05, seperti terlihat pada tabel t hitung > t tabel.

$$\begin{aligned} T_{tabel} &= t(a/2 ; n-k-1) \\ &= t(0,025 ; 98-3-1) \\ &= t(0,025 ; 95) \\ &= 1.985 \end{aligned}$$

Tabel 4. 14 Hasil Uji T-test

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	1.748	1.546		1.131	.261
	Keamanan	.250	.094	.217	2.665	.009
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.241	.072	.304	3.336	.001
	Gaya Hidup	.311	.079	.351	3.909	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

Berikut ini dapat digunakan untuk menjelaskan hasil uji T:

1. Nilai thitung untuk variabel X1 (keamanan) sebesar 2,665 > ttabel 1,985 dengan signifikansi 0,009 < 0,05, menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna dalam memanfaatkan *mobile banking*. Jadi, dapat dikatakan bahwa H1 diterima.
2. Dengan nilai thitung sebesar 3,336 > ttabel 1,985 dan signifikansi 0,001 < 0,05 untuk Variabel X2 (persepsi kemudahan penggunaan), maka persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pengguna dalam memanfaatkan *mobile banking*. Jadi, dapat dikatakan bahwa H2 disetujui.
3. Variabel X3 (gaya hidup), memiliki nilai thitung sebesar 3,390 > ttabel 1,991 dan signifikansi 0,000 < 0,05, menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa H3 diterima.

4.6 Pembahasan Hasil Analisis Data

1) Pengaruh keamanan terhadap keputusan menggunakan *Mobile banking*

Menurut Yousafzai et. al. dalam Lallmahamood keamanan dalam konteks *mobile banking*, ancaman keamanan adalah serangan atau penyalahgunaan baik melalui jaringan transaksi dan transmisi data melalui akses yang tidak sah ke rekening dengan cara otentikasi palsu.⁹⁶

Berdasarkan hasil penelitian, keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus dalam menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara positif oleh keamanan. Koefisien regresi variabel keamanan memiliki nilai sebesar 0,250. Adanya nilai koefisien yang positif menunjukkan adanya hubungan sebab akibat antara keamanan *mobile banking* dengan keputusan penggunaan *mobile banking*. $t_{hitung} > t_{tabel}$ memiliki nilai statistik $2,665 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,009 < 0,05$. Jadi, dapat dikatakan bahwa **H1 diterima** yang menyatakan bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh yang menguntungkan terhadap pilihan untuk menggunakan *mobile banking* diterima. Hal ini disebabkan karena nasabah BSI KC Kudus sudah percaya bahwa *mobile banking* yang mereka gunakan memiliki tingkat keamanan yang tinggi dan dapat menjaga dari pihak ketiga yang menggunakan informasi pribadi mereka dengan tidak semestinya. Nasabah BSI KC Kudus kemudian dapat mengakses aplikasi *mobile banking* BSI dengan merasa aman.

Hasil penelitian ini sesuai dengan landasan teori yang menyatakan bahwa perilaku konsumen dalam membeli, menggunakan suatu produk atau jasa dipengaruhi oleh empat faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis salah satunya yaitu kepercayaan terhadap

⁹⁶ Lallmahamood, "An Examination of Individual 's Perceived Security and Privacy of the Internet in Malaysia and the Influence of This on Their Intention to Use E-Commerce : Using An Extension of the Technology Acceptance Model."

keamanan. Faktor keamanan mengacu pada keyakinan seseorang bahwa mobile banking aman dan dapat diandalkan. Jika seseorang merasa bahwa mobile banking dapat dipercaya dan aman, maka kepercayaannya akan meningkat dan dia akan lebih cenderung untuk menggunakan layanan tersebut.

Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian Dandy Kurnia,⁹⁷ Ramayani dkk,⁹⁸ dan Putri Fauziyah Nur Azizah dkk,⁹⁹ yang menemukan bahwa keamanan memiliki dampak yang baik terhadap pilihan untuk menggunakan *mobile banking*.

2) Pengaruh Persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan *Mobile banking*

Persepsi kemudahan penggunaan menurut Davis 1989 diartikan sebagai sebuah ukuran sejauh mana seseorang yakin bahwa teknologi mampu secara mudah untuk digunakan (tanpa usaha). Kemudahan *mobile banking* mempunyai makna bahwa layanna *mobile banking* mudah untuk dipahami dan dipakai sehingga nasabah dengan mudah bisa mempelajari cara bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

Hasil dari penelitian ini adalah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus menggunakan *mobile banking*. Nilai ukuran regresi variabel keamanan adalah 0,241. Nilai ukuran positif menunjukkan hubungan langsung antara persepsi kemudahan penggunaan *mobile banking* dan keputusan untuk menggunakan *mobile banking*. Nilai statistik Thitung $3,336 > T_{tabel} 1,985$, signifikansi $0,001 < 0,05$. maka dapat disimpulkan

⁹⁷ Dandy Kurnia, "Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Banking Jenius Pt. Bank Tabungan Pensiun Nasional," *UG JURNAL* 14, no. 8 (2020): h.2.

⁹⁸ Ramayani, Early Ridho Kismawadi, and Rifyal Dahlawy Chalil, "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking," *JIM* 2, no. 2 (2020): 1–16.

⁹⁹ Putri Fauziyah Nur Azizah, Mardi, and Santi Susanti, "The Effect of the Use of Mobile Banking on Students of Jakarta State University 1,2,3," *IJOMRAL* vol.1, no. no.6 (2022): h.676-684.

bahwa **H2 diterima**, variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*. Hal ini dikarenakan para nasabah BSI KC Kudus telah merasakan bahwa *mobile banking* yang mereka gunakan mudah dipelajari, membuat transaksi perbankan menjadi fleksibel dan pelayanan dapat dikontrol sehingga dapat melayani sebagaimana mestinya tanpa menimbulkan kesulitan bagi para pengguna. Oleh karena itu, nasabah BSI KC Kudus dapat menggunakan BSI *m-banking* dengan mudah dan tanpa usaha lebih.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori TAM, yang menyatakan bahwa penerimaan individu ditentukan oleh konstruk dalam sistem teknologi informasi, yaitu persepsi kemudahan penggunaan, mendukung temuan penelitian ini. Persepsi kemudahan nasabah adalah anggapan mereka bahwa menggunakan layanan teknologi mudah dipahami dan dipraktikkan, hanya membutuhkan sedikit usaha dari pihak mereka selama operasi transaksional. Seseorang akan menggunakan sistem informasi jika menurutnya sistem tersebut mudah digunakan, dan sebaliknya. Oleh karena itu, dapat diasumsikan bahwa nasabah akan lebih sering menggunakan *mobile banking* jika tingkat kemudahan yang ditawarkan tinggi.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh penelitian Azizah Putri dkk,¹⁰⁰ Arthika Rajaratnam¹⁰¹ dan Dandy Kurnia¹⁰² yang menemukan bahwa pilihan untuk menggunakan *mobile banking* secara signifikan dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan.

¹⁰⁰ Azizah Putri, Anriza Witi, and Ermyna Seri, "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Dan Perceived Credibility Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking Dimasa Covid-19," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Budgeting* Vol.1, No. No.2 (2020): H.53-62.

¹⁰¹ Arthika Rajaratnam, "A Study on Perceived Ease of Use on Customers Adoption to Use Mobile Banking Services," *International Research Journal of Advanced Engineering and Science* vol.6, no. no.1 (2020): h.21-28.

¹⁰² Dandy Kurnia, "Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Banking Jenius Pt. Bank Tabungan Pensiun Nasional," *UG JURNAL* 14, no. 8 (2020): h.2.

3) Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan menggunakan *Mobile banking*

Kotler dan Keller mendefinisikan gaya hidup seseorang sebagai cara mereka berinteraksi dengan dunia luar yang diekspresikan oleh minat, aktivitas, dan pendapat mereka. Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang secara keseluruhan berinteraksi dengan lingkungannya. Keseluruhan perilaku dan pola interaksi seseorang dalam lingkungannya disebut sebagai gaya hidup.¹⁰³

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pilihan untuk menggunakan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia KC Kudus dipengaruhi secara positif oleh gaya hidup. Koefisien regresi variabel keamanan memiliki nilai sebesar 0,311. Adanya nilai koefisien yang positif menunjukkan adanya hubungan sebab akibat antara gaya hidup pengguna *mobile banking* dengan pilihan untuk memanfaatkannya. Nilai Thitung 3,390 > Ttabel 1,991 dari segi statistik, dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa **H3 diterima** yang menyatakan bahwa faktor gaya hidup memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan landasan teori yang menyatakan bahwa perilaku konsumen dalam membeli, menggunakan suatu produk atau jasa dipengaruhi oleh empat faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis salah satunya yaitu gaya hidup. Setiap orang memiliki gaya hidup yang berbeda, tetapi mereka semua memiliki tujuan yang sama. Namun, sikap mereka berbeda-beda, tergantung pada kebutuhan dan tingkat keuangan mereka. Setiap orang memiliki ide sendiri tentang bagaimana bertindak. Kualitas gaya hidup seseorang akan memberikan dampak yang lebih besar pada sikapnya. Nasabah BSI KC Kudus akan lebih

¹⁰³ Kotler dan Keller, Manajemen Pemasaran, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2012), h.192

cenderung menggunakan *mobile banking* jika mereka memiliki opini yang positif terhadap layanan tersebut. Jika konsumen telah memanfaatkan keunggulan yang diberikan oleh layanan *Mobile banking*, maka kesan yang baik akan tercipta. Untuk menumbuhkan persepsi positif di kalangan masyarakat umum, khususnya di Kota Kudus, tentang layanan *Mobile banking* dan mendorong penggunaannya secara terus menerus, industri perbankan harus mampu meningkatkan kualitasnya. Hal ini disebabkan karena gaya hidup nasabah BSI KC Kudus mempengaruhi pilihan mereka dalam menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu, Semakin tinggi kebutuhan gaya hidup nasabah BSI KC Kudus terhadap layanan digital, maka semakin baik pula tingkat keputusan penggunaan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Salsabila Linnatunnisa dan Rini Safitri¹⁰⁴ dan juga penelitian Deepak Chawla dan Himanshu Joshi¹⁰⁵ yang mendapatkan hasil gaya hidup berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*.

¹⁰⁴ Salsabila Linnatunnisa and Safitri Rini, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Yang Dimediasi Sikap Pengguna," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis* vol 9, no. 1 (2022): h. 301-314.

¹⁰⁵ Shweta Pandey and Deepak Chawla, "Jurnal Ritel Dan Layanan Konsumen E-Gaya Hidup Pembeli Online India : Validasi Skala," *Jurnal Ritel dan Layanan Konsumen* 21 (2014): 1068–1074.

4) Pengaruh keamanan, persepsi kemudahan penggunaan dan gaya hidup terhadap keputusan menggunakan Mobile banking

Berdasarkan uji simultan (uji f) dapat diketahui bahwa keputusan nasabah untuk menggunakan *mobile banking* dipengaruhi oleh faktor keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, dan gaya hidup yang diambil secara simultan. Nilai Fhitung untuk penelitian ini adalah sebesar 20,7790, dan nilai tingkat sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai Fhitung melebihi nilai Ftabel, yaitu sebesar 2,70 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Temuan ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa keputusan nasabah untuk menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara positif oleh keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, dan gaya hidup. Jadi, dapat dikatakan bahwa **H4 diterima**, yaitu keputusan nasabah untuk menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara bersama-sama oleh gaya hidup, persepsi kemudahan penggunaan, dan keamanan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pilihan menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara positif oleh keamanan. Hipotesis pertama yaitu H1 didukung oleh hasil uji T yang menunjukkan bahwa $2,665 > 1,985$, dengan nilai signifikansi $0,009 < 0,05$ dan nilai efisiensi 0,250 atau 25%. Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian Dandy Kurnia pada tahun 2020, Ramayani dkk pada tahun 2020, dan Putri Fauziah Nur Azizah dkk tahun 2022, sehingga keputusan nasabah untuk menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara positif oleh aspek keamanan. Dalam hal ini, tingkat keamanan menjadi salah satu aspek *mobile banking* yang sangat diperhatikan oleh nasabah di BSI KC Kudus, semakin tinggi tingkat keamanan, maka semakin besar pula jumlah pengguna *mobile banking*.
2. Pilihan untuk menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara positif oleh persepsi kemudahan penggunaan. Hasil uji Thitung $3.336 > T_{tabel} 1.985$ dengan tingkat signifikansi $0.001 < 0.05$ dan nilai efisiensi 0.241 atau 24.1% menjadi buktinya. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh penelitian Azizah Putri dkk pada tahun 2020, Arthika Rajaratnam pada tahun 2020, Dandy Kurnia tahun 2020, dan Ramayani dkk tahun 2020. Hal ini mengindikasikan bahwa seorang konsumen akan lebih memilih untuk menggunakan *mobile banking* jika aplikasi *mobile banking* tersebut mudah digunakan. Sistem akan menjadi lebih dikenal, lebih mudah dipahami, lebih mudah digunakan, dan lebih mudah dijalankan jika semakin sering digunakan. Dalam hal ini dapat dikaitkan dengan karakteristik responden yang sebagian besar bekerja, sehingga penggunaan *mobile banking* untuk meningkatkan efisiensi kerja nasabah.

3. Pilihan untuk menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara positif oleh gaya hidup. Hasil uji Thitung $3,390 > T_{\text{tabel}} 1,991$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai efisiensi 0,311 atau 31% menjadi buktinya. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Salsabila Linnatunnisa dan Rini Safitri pada tahun 2022, Deepak Chawla dan Himanshu Joshi pada tahun 2018, Siti Hanifah Nur S tahun 2021. Hal ini menunjukkan bagaimana nasabah BSI KC Kudus dengan gaya hidup digital dapat memiliki kesan positif terhadap layanan *mobile banking*, yang kemudian mempengaruhi keinginan mereka untuk menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu, jumlah pengguna layanan *mobile banking* meningkat seiring dengan meningkatnya kebutuhan gaya hidup nasabah BSI KC Kudus akan layanan digital.
4. Keputusan penggunaan *mobile banking* dipengaruhi secara positif dan simultan oleh faktor keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, dan gaya hidup. Temuan Fhitung $20.790 > F_{\text{tabel}} 2.70$ dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.380 atau 38% menjadi bukti akan hal tersebut. sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak berhubungan dengan penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah diuraikan di atas, peneliti dapat memberikan saran:

1. Bagi Pihak Perbankan

Menurut penelitian ini, keamanan dan gaya hidup memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan orang untuk menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu, bank syariah harus dapat menjaga dan meningkatkan keamanan dan diharapkan untuk meningkatkan inovasi teknologi terbaru untuk menarik calon konsumen *mobile banking*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat memperluas objek penelitian dengan memasukkan sampel penelitian dari sumber selain nasabah BSI KC Kudus. Penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan faktor-faktor

yang sudah ada dengan memasukkan faktor-faktor baru yang mungkin dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

3. Bagi Nasabah

Konsumen diharapkan lebih aktif mencari informasi mengenai layanan *mobile banking*. Berkat solusi digital ini, nasabah dapat menyelesaikan kebutuhan transaksi mereka dengan lebih cepat, mudah, dan fleksibel berkat solusi digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shah. "Factors Influencing Online Banking Customer Satisfaction and Their Importance in Improving Overall Retention Levels : An Indian Banking Perspective. Information and Knowledge Management." h. 45–55, 2011.
- Afghani, Moh Faqih, and Emma Yulianti. "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank Bri Surabaya." *Journal of Business & Banking* vol 6, no. 1 (2017): h. 113-128.
- Amalia, Putri, and Anna Zakiyah Hastriana. "Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, Dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep)." *Islamic Sciences, Sumenep* 1, no. 1 (2022): h. 70-89.
- Auliya, Syfa Nuril, Abdul Rahman, and Danang Purwanto. "Fenomena Perilaku Konsumsi Menggunakan Sistem Pembayaran Cashless (Studi Kasus Masyarakat Di Kabupaten Kendal)." *Sosio e-Kons* 14, no. no 1 (2022): h. 88.
- Etta Mamang Sangadji Sopiah. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2010.
- Fatmawati, Endang. "Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan." *Iqra': Jurnal Perpustakaan dan Informasi* 9, no. 1 (2015): h. 1-13. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>.
- Febrianti, Dwita, and Et al. "Penerapan Basis Data Pada Perusahaan Perbankan (Studi Kasus Penerapan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia)." *Jurnal Pendidikan Tambusai* vol 5, no. 2 (2021): h. 3686-3693.
- Firdaus, Achmad Ghifari. "Umlah Pengguna Layanan Digital BSI Mobile Yang Telah Mencapai 4,81 Juta Pengguna Pada 2022." <https://finance.wartaekonomi.co.id/read20283/pengguna-bsi-mobile-capai481-juta-melesat-39-pada-2022>.

- Gani, Irwan, and Siti Amalia. *Alat Analisis Data*. Edited by Putri christian. II. Yogyakarta: Andi Offset, 2018.
- Handoko, Arry Dwi, and Ronny. “Pengaruh Faktor Keamanan, Keandalan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bri Dalam Menggunakan Mobile Banking.” *Image : Jurnal Riset Manajemen* vol 9, no. 2 (2021): h. 79-91.
- Hardiyanti. “Pengaruh Pola Gaya Hidup Nasabah Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking Di Kudus.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 01 (2022): h. 335-340.
- Irwansyah, Rudy, Damiati, Luh Masdarini, Made Suriani, Ni Desak Made Sri Adnyawati, Cok Istri Raka Marsiti, Ketut Widiartini, and Made Diah Angendari. *Perilaku Konsumen. Widina*. Cetakan 1. Bandung: Widina Bhakti Perseda Bandung, 2021.
- Kamarudin, J, N Nursiah, and .. “Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan, Dan Resiko Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Kabupaten Mamuju).” *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* vol.1, no. no.2 (2022): h.11-18. <https://stiemmamuju.e-journal.id/FJIIM/article/view/123%0Ahttps://stiemmamuju.e-journal.id/FJIIM/article/download/123/63>.
- Khoiriyah, Ummi, and Purnama Putra. “Analisis Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile” 8, no. 03 (2022): h. 2522-2535.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kurnia, Dandy. “Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Banking Jenius Pt. Bank Tabungan Pensiun Nasional.” *UG JURNAL* 14, no. 8 (2020): h.2.
- Kurniawati, Hanif Astika, Wahyu Agus Winarno, Alfi Arif, Fakultas Ekonomi, and Universitas Jember Unej. “Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah

- Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified).” *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntans* vol IV, no. 1 (2017): h. 24-29.
- Lallmahamood, Muniruddeen. “An Examination of Individual ’ s Perceived Security and Privacy of the Internet in Malaysia and the Influence of This on Their Intention to Use E-Commerce : Using An Extension of the Technology Acceptance Model.” *Journal of Internet Banking and Commerce* 12, no. 3 (2007): 1–26. http://arraydev.com/commerce/JIBC/2007-12/Muniruddeen_Final.pdf.
- Lee. *Pengantar Manajemen*. Salemba Empat: Jakarta, 2009.
- Manalu, Marlina. “Korelasi Status Sosial Ekonomi Keluarga Terhadap Gaya Hidup Remaja Di Kota Pekanbaru.” *JOM FISIP* vol.4, no. no.2 (2017): h.6-7.
- Mardhiyaturrositaningsih. “The Financing Structure of Islamic Banks: A Comparative Study.” *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* vol.4, no. no.1 (2023): h.19-32.
- Maulana, Rian, and Et Al. “Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model.” *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi* vol 2, no. 2 (2019): h. 146.
- Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, and Evriyenni Evriyenni. “Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh).” *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*. 3, no. 1 (2021): 56.
- Mulyono. *Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*. Deepublish, 2018.
- Muyassarrah, Firdha Rahmiyanti and et al. “The Effects of Accounting Knowledge, Entrepreneurial Traits, and Subjective Norms on the Use of Accounting Information in Investment Decision Making (Case Study on MSME Actors in Gunungkidul Regency).” *Journal of Islamic Accounting and Finance*

Research vol.2, no. no.2 (2020): h.295-310.

Novela Rizki Lestari. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Internet Banking Nasabah Bank Bri Di Surabaya.” *Journal of Business & Banking* 8, no. h. 144 (2018).

Nugraheni, P. N. A. *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau Dari Lokasi Tempat Tinggal*. Surakarta: Fakultas Psikologi UMS, 2003.

Rahayu, Sri, and Et Al. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Kota Palembang.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* vol 13, no. 3 (2015): h. 290.

Rajaratnam, Arthika. “A Study on Perceived Ease of Use on Customers Adoption to Use Mobile Banking Services.” *International Research Journal of Advanced Engineering and Science* vol.6, no. no.1 (2020): h.21-28.

Ramayani, Early Ridho Kismawadi, and Rifyal Dahlawy Chalil. “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking.” *JIM* 2, no. 2 (2020): 1–16.

Salsabila Linnatunnisa, and Safitri Rini. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Yang Dimediasi Sikap Pengguna.” *Jurnal Ekonomika dan Bisnis* vol 9, no. 1 (2022): h. 301-314.

Siagian, Siti Bejana, and Khairina Tambunan. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan.” *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen* vol 2, no. 1 (2022): h. 1051-1060.

Sidik, Syahrizal. “Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Melesat 98%.” <https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20210823140844-29-270488/gegara-ini-mobile-banking-bank-syariah-indonesia-melesat-98> diakses pada 24 November 2022.

- Simanjuntak, Oliver Samuel. "Pengembangan Technology Acceptance Model (Tam) Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat Menuju Masyarakat Informasi." *Telematika* vol.8, no. no.1 (2011): h.25-32.
- Sindhu Singh, R.K Srivastava. "Predicting the Intention to Use Mobile Banking in India." *International Journal of Bank Marketing* 36 No. 2 (2018): h.8.
- Sudaryanti, Dedeh Sri, Nana Sahroni, and Ane Kurniawati. "Analisa Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Ekonomi Manajemen* vol.4, no. no.2 (2018): h. 96-107. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017).
- Venkatesh, Viswanath, and Fred D. Davis. "Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies." *Management Science* 46, no. 2 (2000): h. 186-204.
- Wicaksana, Seta Ariawuri, Safira Aida Lunadevy, Tesa Lolia Mita, Veronica Gabriele Soedira, Maria Hasti Kartika, and Dinda Novira Widyani Putri. *Perilaku Konsumen: Kunci Memenangkan Bisnis*. Edited by Ummu Alfi. Cetakan 1. Jakarta: Dd publishing, 2022.
- Wirapradnyana, Gede Adi. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menjadi Nasabah Bank Syariah." *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi* vol.1, no. no.1 (2013): h.96-105.
- Wongso, Hengky, and Ramadania. "Pengaruh Self-Efficacy, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Danperceived Risk Terhadap Intention to Usemobile Banking Bank Kalbar." *Proceeding Seminar Bisnis*, no. 5 (2021): h. 229.
- Zhou, Tao, Yaobin Lu, and Bin Wang. "Integrating TTF and UTAUT to Explain Mobile Banking User Adoption." *Computers in Human Behavior* 26, no. 4 (2010): 760–767. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2010.01.013>.

Zusrony, Edwin. "Perilaku Konsumen Di Era Modern." edited by Robby Andika
Kusumajaya, h.41. Semarang: Yayasan Prima Agus Tektik, 2008.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

Dengan hormat, Perkenankanlah saya meminta kesediaan Bapak, Ibu, Saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi dan menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini. Penelitian ini digunakan untuk menyusun skripsi dengan judul “pengaruh keamanan, persepsi kemudahan penggunaan dan gaya hidup terhadap keputusan menggunakan mobile banking”. Untuk itu diharapkan para responden dapat memberikan jawaban yang sebenarbenarnya demi membantu penelitian ini. Atas waktu dan kesediaannya saya ucapkan terima kasih, semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu’alaikum’WarahmatullahiWabarakatuh..

Hormat saya,

Nilta Lutfiani

1. Identitas responden

Nama :

Untuk pertanyaan selanjutnya anda cukup memilih salah satu jawaban dengan memberi tanda centang.

Jenis Kelamin

- a. Pria
- b. Wanita

Pekerjaan

- a. Mahasiswa
- b. Pegawai Negeri Sipil
- c. Pegawai BUMN
- d. Karyawan
- e. TNI/POLRI
- f. Wirausaha
- g. Lainnya

Usia

- a. <20-25 tahun
- b. 26-35 tahun
- c. 35-40 tahun
- d. >40 tahun

Pendidikan

- a. SD
- b. SMP
- c. SMA
- d. Sarjana

2. Petunjuk Pengisian:

Keterangan	Singkatan	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

No	Pernyataan	Keterangan				
		STS	TS	N	S	SS
Keamanan						
1	Saya yakin informasi transaksi mobile banking saya tidak akan hilang selama sesi daring					
2	Saya yakin transaksi mobile banking saya hanya akan sampai ke rekening bank yang dituju					
3	Bsi Mobile memiliki perindungan yang cukup untuk membuat saya merasa nyaman melakukan operasional perbankan					
Pengaruh Kemudahan Penggunaan						

1	Mempelajari BSI mobile mudah bagi saya					
2	Menggunakan BSI mobile mudah untuk menyelesaikan transaksi					
3	Menggunakan BSI mobile tidak butuh banyak usaha					
4	Saya merasa sistem BSI mobile jelas dan mudah dimengerti					
Gaya Hidup						
1	Menggunakan BSI mobile sesuai dengan aktivitas transaksi saya di perbankan					
2	Menggunakan BSI mobile sesuai dengan keinginan saya untuk melakukan transaksi di perbankan					
3	menggunakan BSI mobile sesuai dengan gaya hidup saya					
Keputusan						
1	saya sering menggunakan BSI mobile untuk mengelola keuangan/rekening saya					
2	saya sering menggunakan BSI mobile untuk mentransfer uang					
3	saya menggunakan BSI mobile untuk melakukan pembayaran					

Lampiran 2. Data Jawaban Responden

Nama	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Usia	Pendidikan
Rozak	Pria	Pegawai Negeri Sipil	35-40	SMA
Aji tri prayoga	Pria	Mahasiswa	20-25	SMA
Ratih	Wanita	Pegawai BUMN	35-40	Sarjana
Naeli	Pria	Guru	26-35	Sarjana
Nina	Wanita	Mahasiswa	20-25	SMA
Dani Saputra	Pria	Pegawai Negeri Sipil	26-35	Sarjana
Dandisaputra	Pria	Mahasiswa	20-25	SMA
Lutfi syahrul hakim	Pria	Pegawai BUMN	35-40	Sarjana
Indana lazulfa	Wanita	Pegawai Negeri Sipil	26-35	Sarjana
Devia	Wanita	Guru	26-35	Sarjana
Imma naila	Wanita	Karyawan swasta	26-35	SMA
Anggita	Wanita	Mahasiswa	20-25	SMA
Vania della sari	Wanita	Mahasiswa	20-25	SMA
Nadia bila	Wanita	karyawan	26-35	SMA
Aghil Muhammad	Pria	Guru	26-35	Sarjana
Muhammad Roni	Pria	Pegawai Negeri Sipil	26-35	Sarjana
Amel fajar	Wanita	karyawan	26-35	SMA
Risma Agustina	Wanita	Pegawai Negeri Sipil	26-35	Sarjana
Arman tri hamdani	Pria	Pegawai Negeri Sipil	26-35	Sarjana
Kurnia lestari	Wanita	Mahasiswa	20-25	SMA
Adinda	Wanita	Pegawai BUMN	26-35	Sarjana

Sri indah lestari	Wanita	Guru	26-35	Sarjana
yeli amalia	Wanita	Mahasiswa	20-25	SMA
Amelia sari	Wanita	Pegawai Negeri Sipil	26-35	Sarjana
Dewi ratnasari	Wanita	Mahasiswa	20-25	SMA
Andre	Pria	TNI/POLRI	20-25	SMA
Mila	Wanita	Guru	20-25	Sarjana
Afdal	Pria	TNI/POLRI	20-25	SMA
hanin almaira	Wanita	karyawan	20-25	SMA
Ainun	Wanita	Wirausaha	26-35	SMA
Tri sulis utami	Wanita	Wirausaha	20-25	SMP
Rafcha nisa	Wanita	Pegawai Negeri Sipil	26-35	Sarjana
Dian aji	Wanita	karyawan	26-35	SMA
winda	Wanita	Pegawai Negeri Sipil	26-35	Sarjana
Sri utami	Wanita	karyawan	20-25	SMA
Dewi ratna sari	Wanita	Pegawai Negeri Sipil	26-35	Sarjana
Nurul khalifah	Wanita	Mahasiswa	20-25	SMA
Narko	Pria	Guru	26-35	Sarjana
Saniya	Wanita	Mahasiswa	20-25	SMA
Nur farida	Wanita	Mahasiswa	20-25	SMA
Dini Rahmawati	Wanita	karyawan	20-25	SMA
Elysia sandra	Wanita	Guru	20-25	SMA
Sri utami	Wanita	Pegawai Negeri Sipil	35-40	Sarjana
vio	Wanita	Guru	20-25	Sarjana
wildan Anggoro	Pria	Mahasiswa	20-25	SMA
Dian aji paramita	Wanita	Mahasiswa	20-25	SMA

Vita Amelia	Wanita	Guru	35-40	SMA
Artimah	Wanita	Guru	35-40	SMA
Hendrik	Pria	Guru	20-25	SMP
Herlina muryan saputri	Wanita	Guru	20-25	Sarjana
Wahyu	Wanita	Wirausaha	26-35	SMA
keswanto	Pria	Pegawai BUMN	35-40	Sarjana
wandha	Wanita	Pegawai BUMN	35-40	Sarjana
Turmudi	Pria	karyawan	35-40	SMA
Wahyu aji	Pria	TNI/POLRI	35-40	SMA
Faril akbar	Pria	karyawan	26-35	Sarjana
Wahyu	Pria	karyawan	26-35	SMA
Febby putri	Wanita	Mahasiswa	20-25	SMA
sofiyatun nikmah	Wanita	karyawan	20-25	SMA
Nadia	Wanita	Pegawai BUMN	26-35	Sarjana
Awalia fitria	Wanita	Mahasiswa	20-25	SMA
Miftahudin	Pria	Pegawai Negeri Sipil	26-35	Sarjana
Bagus adi Nugroho	Pria	karyawan	20-25	SMA
Eka puspita dewi	Wanita	Pegawai BUMN	26-35	Sarjana
Mustikah	Wanita	Wirausaha	20-25	SMP
Bagas hadi guntoro	Pria	Mahasiswa	20-25	SMA
Ferry suprpto	Pria	Mahasiswa	20-25	SMA
Dian malik	Wanita	karyawan	26-35	SMA
Khoirur rizal	Pria	Mahasiswa	20-25	SMA
Ricky adi Saputra	Pria	Mahasiswa	20-25	SMA
erick chantona	Pria	karyawan	20-25	SMA
Abdul Ghofur	Pria	Wirausaha	20-25	SMA
Didik iryanto	Pria	Pegawai Negeri Sipil	35-40	Sarjana

Supriyanto	Pria	TNI/POLRI	35-40	SMA
Misbakhul munir	Pria	TNI/POLRI	26-35	SMA
Anis mufauzizah	Wanita	ibu rumah tangga	20-25	SMA
Dessy yulianti	Wanita	karyawan	26-35	Sarjana
khusni mubarok	Pria	TNI/POLRI	20-25	SMA
Umi Khusniyah	Wanita	buruh pabrik	20-25	SMA
Yudha prakosa	Pria	TNI/POLRI	20-25	SMA
Sumiati	Pria	Buruh pabrik	26-35	SMA
Arya gumelar	Pria	Mahasiswa	20-25	SMA
Ani khusniah	Wanita	Pegawai Negeri Sipil	26-35	Sarjana
Dessi	Wanita	Wirausaha	20-25	SMA
Eka Puspita Dewi	Wanita	Ibu rumah tangga	26-35	SMA
Musa'id	Pria	karyawan	20-25	SMP
nai muna	Wanita	Pegawai BUMN	20-25	Sarjana
Muhammad Hariyanto	Pria	Pegawai Negeri Sipil	26-35	Sarjana
Dimas anjar febriana	Pria	TNI/POLRI	26-35	SMA
alfiyah	Wanita	Pegawai Negeri Sipil	35-40	Sarjana
Devia luluk mahmudah	Wanita	Pegawai Negeri Sipil	20-25	Sarjana
Nurul farida	Wanita	ibu rumah tangga	20-25	SMA
Suciatiningsih	Wanita	karyawan	35-40	SMA
Ambarwati	Wanita	Guru	26-35	Sarjana
Muslikah	Wanita	Wirausaha	26-35	SMA
Akbar rama dani	Pria	Pegawai Negeri Sipil	26-35	Sarjana
Nazil	Wanita	karyawan	26-35	Sarjana

Ani mahmudah S	Wanita	karyawan	26-35	Sarjana
----------------	--------	----------	-------	---------

Tabulasi Jawaban Responden

NO	X1.1	X1.2	X1.3	Total	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total
1.	4	4	4	12	4	4	4	4	16
2.	5	5	5	15	4	5	5	5	19
3.	4	4	5	13	4	4	4	3	15
4.	5	4	5	14	5	4	4	4	17
5.	5	4	5	14	5	5	5	5	20
6.	5	5	5	15	4	5	5	4	18
7.	5	4	4	13	5	5	5	5	20
8.	4	3	5	12	5	5	5	5	20
9.	5	4	5	14	4	4	4	5	17
10.	4	4	4	12	4	4	4	4	16
11.	5	4	5	14	5	5	5	5	20
12.	5	4	4	13	3	3	4	3	13
13.	5	4	5	14	4	4	4	4	16
14.	4	4	4	12	3	5	5	5	18
15.	4	4	4	12	4	4	4	4	16
16.	5	4	4	13	4	3	4	3	14
17.	4	4	4	12	5	5	5	5	20
18.	4	3	4	11	4	3	4	4	15
19.	5	4	5	14	5	5	5	5	20
20.	5	5	5	15	4	4	4	4	16
21.	5	4	5	14	4	4	4	4	16
22.	4	3	4	11	4	3	3	4	14
23.	4	4	5	13	4	4	4	4	16
24.	5	4	5	14	5	5	5	5	20
25.	4	4	4	12	4	3	3	4	14

26.	5	4	5	14	4	4	4	4	16
27.	4	4	4	12	5	5	5	5	20
28.	5	4	4	13	4	4	5	5	18
29.	4	4	4	12	3	4	4	5	16
30.	4	4	5	13	5	5	5	5	20
31.	4	4	4	12	4	4	4	3	15
32.	5	4	4	13	4	5	4	4	17
33.	4	5	5	14	4	5	3	3	15
34.	4	4	4	12	4	4	4	4	16
35.	5	5	4	14	5	4	5	5	19
36.	4	4	4	12	5	5	5	5	20
37.	4	4	4	12	4	4	4	4	16
38.	5	5	5	15	4	4	5	4	17
39.	4	4	4	12	4	4	4	4	16
40.	5	4	4	13	5	5	5	5	20
41.	4	3	4	11	4	3	3	4	14
42.	5	4	4	13	4	4	4	5	17
43.	5	4	4	13	4	4	4	5	17
44.	4	4	4	12	4	5	5	4	18
45.	4	4	4	12	5	4	4	4	17
46.	5	4	4	13	4	5	4	5	18
47.	4	4	5	13	5	4	4	4	17
48.	4	4	5	13	3	4	4	5	16
49.	5	5	4	14	4	4	4	4	16
50.	4	4	4	12	4	4	4	4	16
51.	4	4	4	12	3	4	5	4	16
52.	4	4	4	12	4	4	4	4	16
53.	4	4	5	13	5	5	4	5	19
54.	4	4	4	12	4	5	4	4	17
55.	5	4	4	13	4	4	4	4	16

56.	4	4	4	12	4	4	4	5	17
57.	4	4	5	13	4	4	5	4	17
58.	5	4	5	14	4	4	4	4	16
59.	4	4	4	12	4	4	4	4	16
60.	5	4	5	14	5	4	4	4	17
61.	4	4	4	12	4	4	4	4	16
62.	4	4	5	13	5	4	4	4	17
63.	5	4	5	14	4	4	4	4	16
64.	4	4	4	12	4	5	4	4	17
65.	5	4	4	13	4	4	4	5	17
66.	5	4	5	14	4	5	5	4	18
67.	4	4	4	12	3	4	5	4	16
68.	4	4	4	12	4	4	5	5	18
69.	4	4	5	13	4	5	5	4	18
70.	4	4	4	12	4	4	4	3	15
71.	5	4	4	13	5	4	5	4	18
72.	5	4	5	14	4	5	5	4	18
73.	4	4	4	12	5	5	4	5	19
74.	4	4	4	12	3	4	5	5	17
75.	3	3	4	10	4	5	5	4	18
76.	4	4	4	12	4	5	4	4	17
77.	5	4	5	14	5	4	5	4	18
78.	4	4	5	13	3	5	4	5	17
79.	5	4	5	14	5	4	4	5	18
80.	4	4	4	12	5	5	5	4	19
81.	4	4	5	13	4	4	5	4	17
82.	5	4	4	13	4	4	4	5	17
83.	4	4	4	12	4	5	5	4	18
84.	5	4	5	14	5	4	4	4	17
85.	5	4	4	13	4	5	4	5	18

86.	5	5	5	15	5	4	4	5	18
87.	5	4	4	13	5	4	4	4	17
88.	4	3	4	11	4	4	5	4	17
89.	5	4	4	13	4	4	4	4	16
90.	5	4	5	14	5	4	4	4	17
91.	5	4	4	13	5	5	4	4	18
92.	4	4	4	12	5	4	4	5	18
93.	4	4	5	13	4	5	4	4	17
94.	3	3	4	10	4	5	5	4	18
95.	4	3	4	11	5	4	4	5	18
96.	4	4	4	12	4	4	4	5	17
97.	4	4	5	13	4	4	4	4	16
98.	5	5	5	15	5	5	5	5	20

NO	X3.1	X3.2	X3.3	Total	Y1	Y2	Y3	Total
1.	4	4	4	12	4	4	4	12
2.	4	5	5	14	5	5	5	15
3.	4	4	4	12	4	4	4	12
4.	5	5	4	14	5	4	5	14
5.	5	5	5	15	5	5	5	15
6.	5	5	4	14	4	5	4	13
7.	4	4	4	12	4	4	5	13
8.	5	5	5	15	5	5	5	15
9.	5	4	5	14	4	5	5	14
10.	4	4	4	12	4	4	4	12
11.	5	5	5	15	5	5	5	15
12.	3	3	3	9	3	4	4	11
13.	5	5	5	15	4	5	5	14
14.	4	4	4	12	3	4	4	11
15.	4	4	4	12	3	3	4	10
16.	4	4	4	12	4	5	4	13
17.	5	5	5	15	5	5	5	15
18.	4	4	4	12	3	4	4	11
19.	4	4	3	11	4	4	5	13
20.	4	4	4	12	4	5	5	14
21.	4	4	3	11	3	4	4	11
22.	4	4	4	12	3	4	4	11
23.	3	4	4	11	4	4	4	12
24.	5	5	5	15	5	5	5	15
25.	3	4	4	11	4	4	4	12
26.	4	4	5	13	4	5	5	14
27.	5	5	5	15	4	5	5	14
28.	4	5	4	13	4	4	5	13
29.	4	5	5	14	4	5	5	14

30.	5	5	4	14	5	4	4	13
31.	3	4	3	10	3	3	4	10
32.	3	3	3	9	4	4	4	12
33.	5	4	4	13	3	4	5	12
34.	5	4	3	12	4	5	4	13
35.	4	5	5	14	4	4	5	13
36.	5	5	4	14	4	5	5	14
37.	4	4	4	12	4	4	5	13
38.	4	4	3	11	3	4	4	11
39.	4	4	4	12	4	3	3	10
40.	5	5	5	15	5	5	5	15
41.	4	5	2	11	3	4	4	11
42.	4	3	3	10	5	4	4	13
43.	4	4	4	12	4	4	5	13
44.	4	5	4	13	4	4	5	13
45.	4	4	5	13	3	5	4	12
46.	4	4	5	13	3	4	4	11
47.	4	5	5	14	4	4	5	13
48.	4	4	4	12	4	5	4	13
49.	4	4	4	12	5	4	5	14
50.	4	5	5	14	4	5	5	14
51.	4	5	4	13	4	4	4	12
52.	4	5	5	14	4	4	5	13
53.	5	5	5	15	5	4	5	14
54.	4	5	4	13	4	4	5	13
55.	4	5	4	13	4	5	4	13
56.	4	4	4	12	5	4	4	13
57.	4	4	4	12	4	4	4	12
58.	4	5	5	14	4	4	5	13
59.	4	5	4	13	5	4	4	13

60.	4	4	5	13	4	5	5	14
61.	4	5	5	14	4	5	5	14
62.	4	5	4	13	5	4	4	13
63.	5	4	4	13	4	4	4	12
64.	4	5	4	13	4	5	4	13
65.	5	4	4	13	4	4	5	13
66.	3	4	4	11	5	4	5	14
67.	3	5	3	11	4	4	4	12
68.	5	3	4	12	5	4	4	13
69.	5	5	5	15	4	4	4	12
70.	4	4	5	13	5	5	5	15
71.	4	4	3	11	4	5	5	14
72.	4	5	4	13	4	5	5	14
73.	4	5	5	14	5	4	5	14
74.	4	4	4	12	4	5	4	13
75.	5	4	5	14	4	5	5	14
76.	5	4	4	13	4	4	5	13
77.	4	4	4	12	4	5	5	14
78.	4	4	5	13	4	4	5	13
79.	5	5	5	15	4	4	5	13
80.	5	4	3	12	4	5	5	14
81.	5	4	4	13	4	4	5	13
82.	3	5	5	13	4	4	4	12
83.	3	4	3	10	4	5	5	14
84.	4	4	4	12	5	5	5	15
85.	4	4	5	13	4	4	4	12
86.	4	5	5	14	5	5	5	15
87.	4	3	4	11	4	4	4	12
88.	5	4	5	14	4	4	4	12
89.	4	5	4	13	4	5	4	13

90.	5	5	5	15	5	5	5	15
91.	4	4	4	12	4	4	5	13
92.	3	4	4	11	4	4	5	13
93.	4	4	5	13	4	5	5	14
94.	4	4	5	13	4	4	5	13
95.	5	5	5	15	4	4	4	12
96.	4	5	5	14	5	5	5	15
97.	4	4	4	12	4	5	5	14
98.	4	4	5	13	5	5	5	15

Lampiran 3. Hasil Analisis Data

Jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	38	38.8	38.8	38.8
Perempuan	60	61.2	61.2	100.0
Total	98	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20-25 tahun	45	45.9	45.9	45.9
	26-35 tahun	39	39.8	39.8	85.7
	36-40> tahun	14	14.3	14.3	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	4	4.1	4.1	4.1
	SMA	56	57.1	57.1	61.2
	Sarjana	38	38.8	38.8	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	20	20.4	20.4	20.4
	PNS	18	18.4	18.4	38.8
	Pegawai BUMN	8	8.2	8.2	46.9
	Karyawan	21	21.4	21.4	68.4
	Lainnya	31	31.6	31.6	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

1. Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.441**	.300**	.800**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.000
	N	98	98	98	98
X1.2	Pearson Correlation	.441**	1	.280**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000		.005	.000
	N	98	98	98	98

X1.3	Pearson Correlation	.300**	.280**	1	.710**
	Sig. (2-tailed)	.003	.005		.000
	N	98	98	98	98
TOTAL	Pearson Correlation	.800**	.731**	.710**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.248*	.151	.240*	.603**
	Sig. (2-tailed)		.014	.138	.017	.000
	N	98	98	98	98	98
X2.2	Pearson Correlation	.248*	1	.514**	.341**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.014		.000	.001	.000
	N	98	98	98	98	98
X2.3	Pearson Correlation	.151	.514**	1	.307**	.704**
	Sig. (2-tailed)					
	N	98	98	98	98	98

	Sig. (2-tailed)	.138	.000		.002	.000
	N	98	98	98	98	98
X2.4	Pearson Correlation	.240*	.341**	.307**	1	.688**
	Sig. (2-tailed)	.017	.001	.002		.000
	N	98	98	98	98	98
TOTAL	Pearson Correlation	.603**	.762**	.704**	.688**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98

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

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.278**	.333**	.703**
	Sig. (2-tailed)		.006	.001	.000
	N	98	98	98	98
X3.2	Pearson Correlation	.278**	1	.408**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.006		.000	.000

	N	98	98	98	98
X3.3	Pearson Correlation	.333**	.408**	1	.806**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	98	98	98	98
TOTAL	Pearson Correlation	.703**	.732**	.806**	1
L	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98

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

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.299**	.342**	.750**
	Sig. (2-tailed)		.003	.001	.000
	N	98	98	98	98
Y.2	Pearson Correlation	.299**	1	.408**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000
	N	98	98	98	98

Y.3	Pearson Correlation	.342**	.408**	1	.757**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	98	98	98	98
TOTAL	Pearson Correlation	.750**	.750**	.757**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98

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

2. Uji Reliabilitas

X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.602	3

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.630	4

X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.606	3

X4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.613	3

3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.96938647
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.081
	Positive	.064
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.109 ^c

4. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.748	1.546		1.131	.261		
	Keamanan	.250	.094	.217	2.665	.009	.964	1.037
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.241	.072	.304	3.336	.001	.768	1.301
	Gaya Hidup	.311	.079	.351	3.909	.000	.791	1.263

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

5. Uji Heteroskedasitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.935	.964		.970	.334
	Keamanan	.023	.059	.041	.387	.700
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	-.022	.045	-.058	-.490	.625
	Gaya Hidup	-.007	.050	-.017	-.149	.882

a. Dependent Variable: RES2

6. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.632 ^a	.399	.380	.98473	1.935

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan

b. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

7. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.748	1.546		1.131	.261
	Keamanan	.250	.094	.217	2.665	.009
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.241	.072	.304	3.336	.001
	Gaya Hidup	.311	.079	.351	3.909	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

8. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.632 ^a	.399	.380	.98473

9. Uji Signifikansi Simultan (F-Test)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60.481	3	20.160	20.790	.000 ^b
	Residual	91.152	94	.970		
	Total	151.633	97			

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan

10. Uji Signifikansi Parsial (T-test)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	1.748	1.546		1.131	.261
	Keamanan	.250	.094	.217	2.665	.009
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.241	.072	.304	3.336	.001
	Gaya Hidup	.311	.079	.351	3.909	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

Lampiran 5. Surat izin penelitian

1. Surat dari fakultas kepada BSI



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

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

Nomor : 3447/Un.10.5/D1/PG.00.00/10/2022 25 Oktober 2022 Sifat : Biasa
Lamp. : -
Hal : Permohonan Ijin Pra Riset / Penelitian

Yth :
Pimpinan BSI kc Kudus A Yani 1.
di tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : NILTA LUTFIANI.
Nim : 1905036114
Semester : VII
Jurusan / Prodi : S1 Perbankan Syariah
Alamat : Demak
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi
Judul Skripsi : PENGARUH KEAMANAN, PERSEPSI KEMUDAHAN
PENGUNAAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN MOBILE BANKING
.
Waktu Penelitian : 07 November 2022
Lokasi Penelitian : Ruko, Jl. Jend. A. Yani Jl. Jend. Ahmad Yani No.9, Magersari,
Panjuran, Kec. Kota Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah
59317.

Demikian surat permohonan pra riset, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

2. Surat balasan dari BSI



PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk
KC. Kudus A Yani 1
Ruko Ahmad Yani No.9
Jl Ahmad Yani Kudus 59317
T : (0291) 439272
F : (0291) 439274
www.bankbsi.co.id

SURAT KETERANGAN

PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk, KC Kudus A Yani 1 yang berkedudukan di Jalan A. Yani Ruko No. 9, Kudus, dengan ini menerangkan bahwa :

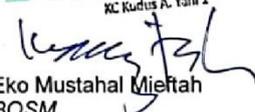
Nama : Nilta Lutfiani
NIM : 1905036114
Prodi / Fakultas : Perbankan Syariah / FEBI
Sekolah / Perguruan Tinggi : UIN Walisongo Semarang

Telah melaksanakan penelitian di Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1 mulai 24 Januari 2023 – 17 Februari 2023 dengan judul "Pengaruh keamanan, persepsi kemudahan, penggunaan dan gaya hidup terhadap keputusan menggunakan M-banking (Studi kasus di BSI KC Kudus A Yani 1)" dengan memperhatikan prinsip kerahasiaan Bank sesuai UU Perbankan No.10 tahun 1998

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kudus, 03 Mei 2023

PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk
KC KUDUS A YANI 1


Eko Mustahal Miftah
BOSM

Lampiran 4. Foto Dokumentasi





DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

Nama : Nilta Lutfiani
Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Perbankan
Syariah
Tempat, Tanggal Lahir : Demak, 16 Oktober 2001
Alamat Asal : Desa Donorejo RT/RW 01/03 Kecamatan
Karangtengah Kabupaten Demak
Email : niltalutfiani26@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

- a. TK Budi Luhur : (2006-2007)
- b. SD Donorejo 1 : (2007-2013)
- c. MTS Negeri Karangtengah : (2013-2016)
- d. MA Negeri Demak : (2016-2019)
- e. UIN Walisongo Semarang S1 : (2019-Sekarang)

C. Riwayat Pendidikan Non Formal

- a. TPQ Manbaul Ulum Donorejo

Semarang, 10 April 2023

Nilta Lutfiani