

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEMANFAATAN, DAN  
PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE  
BANKING BANK SYARIAH INDONESIA**

**(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)**

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata (S1)

Dalam Ilmu Perbankan Syariah



**Oleh :**

**Novi Astriningrum**

**1905036132**

**S1 PERBANKAN SYARIAH**

**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) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdr. Novi Astriningrum

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

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

Nama : Novi Astriningrum

NIM : 1905036132


Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)**

Dengan ini kami setuju dan mohon kiranya dapat segera dimunaqosahkan. Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I

  
**Prof. Dr. H. Imam Yahya M. Ag.**

NIP. 197004101995031001

Semarang, 05 Juni 2023

Pembimbing II

  
**Farah Amalia, MM.**

NIP. 199401182019032026

## LEMBAR PENGESAHAN



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALIASONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185. Telp./Fax. : (024) 7608454  
Website : [www.febi.walisongo.ac.id](http://www.febi.walisongo.ac.id), Email : [febi@walisongo.ac.id](mailto:febi@walisongo.ac.id)

### LEMBAR PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Nama : Novi Astriningrum  
NIM : 1905036132  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul : **Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)**

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan **LULUS** dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal : **19 Juni 2023**.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 25 Juni 2023

### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang,

**Siti Nurngaini, M.Si.**  
NIP. 198312012015032004

Penguji Utama I,

**Fajar Adhitya, S.Pd., MM.**  
NIP. 198910092015031003

Pembimbing I,

**Prof. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag.**  
NIP. 197004101995031001

Sekretaris Sidang,

**Farah Amalia, MM.**  
NIP. 199401102019032026

Penguji II,

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

Pembimbing II,

**Farah Amalia, MM.**  
NIP. 199401102019032026



## MOTTO

وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مِنْ أَمْرِهِ يُسْرًا

“ Dan barang -siapa yang bertakwa kepada Allah, niscaya Allah menjadikan baginya kemudahan dalam urusannya.”

(Q.S At-Talaq: 4)

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT. Tak lupa shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang selalu diharapkan syafa'atnya baik di dunia maupun di akhirat. Dengan rasa syukur saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Orangtuaku tercinta Ibu Romyatun dan Bapak Triyoso yang telah membesarkan saya dengan penuh cinta dan kasih sayang yang tulus, memberikan semangat dan dukungan moral, materil, yang selalu mendoakan kesuksesan untuk anak-anaknya. Terimakasih sudah selalu ada baik suka, duka maupun senang, apapun keinginanku selalu terpenuhi dan selalu mendukung apapun sampai bisa dititik ini. Semoga kalian diberikan Kesehatan, diberikan Umur Panjang, Bahagia dunia dan akhirat.
2. Adik dan sepupuku tercinta Asyifa Aulia Citra dan Hani' Navila yang selalu memberikan support yang luar biasa dan selalu mengingatkan hal baik dan memberikan motivasi agar tidak malas mengerjakan skripsi. Semoga kita jadi anak yang sukses dan berbakti kepada orang tua
3. Dosen pembimbing Bapak Prof. Dr. Imam Yahya M. Ag selaku pembimbing I dan Ibu Farah Amalia, MM. selaku pembimbing II yang telah sabar memberikan petunjuk serta arahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga mereka diberikan Kesehatan dan Keberkahan dalam hidupnya.
4. Sahabatku Ely Setyowati yang paling setia menjadi teman dari maba sampai sekarang dan menjadi tempat berkeluh kesah selama proses penulisan skripsi ini.
5. Teman-temanku Rani, Makrifat, Bahran, Lia, Aulia, Dewi, Risa, Nisa, Fera, Agnes, Sintaloka, Vina yang selalu memberikan doa dan dukungan ketika menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman PBAS D Angkatan 2019 terima kasih telah memberikn warna selama perkuliahan, semoga silaturahmi tetap terjalin.
7. Semua pihak yang membantu selama proses perkuliahan hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

## DEKLARASI

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

Semarang, 12 Juni 2023

Deklarator



Novi Astriningrum

NIM. 1905036132

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	‘Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	đ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	ˀ	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

## B. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin.

## C. Vocal

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

### 1. Vokal Tunggal

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



Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	a
ِ	Kasrah	I	i
ُ	Dammah	U	u

## 2. Vocal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...َ	Fathah dan ya	Ai	a dan i
وَ...َ	Fathah dan wau	Au	a dan u

## D. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ...َ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إَ...ِ	Kasrah dan ya	ī	I dan garis di atas
أُ...ُ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

## E. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

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

Contoh: الرَّوْضَةُ الْأَطْفَالُ dibaca raudatul atfal

2. Ta' marbutah mati Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

Contoh: وَضَةُ الْأَطْفَالُ dibaca arraudhah

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh: **المَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ** dibaca al-Madīnah al-Munawwarah/alMadīnatul Munawwarah

#### F. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh: **نَزَّلَ** dibaca nazzala

#### G. Kata Sandang

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

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

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

Contoh : **الشفاء** dibaca asy-syifā

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

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

Contoh : **القلم** dibaca al-qalamu

## ABSTRAK

Seiring dengan berjalannya waktu, industri teknologi informasi saat ini sedang mengalami perkembangan yang pesat. Kemajuan teknologi tersebut berdampak pada perkembangan di berbagai bidang lainnya, salah satunya adalah perkembangan sistem pembayaran. Dalam industri perbankan, perkembangan teknologi ini menghadirkan layanan mobile banking. Dengan hadirnya mobile banking sangat memudahkan bagi nasabah dalam melakukan suatu transaksi perbankan karena transaksi cukup dilakukan melalui handphone tanpa perlu ke bank. Pra riset pada 30 mahasiswa FEBI UIN Walsiongo Semarang diperoleh hasil bahwa 9 mahasiswa yang memiliki rekening BSI dan 6 mahasiswa yang memiliki *Mobile Banking* BSI. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi penurunan minat dan kurang menyeluruh dalam menggunakan *mobile banking* BSI. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat menggunakan mobile banking, yaitu faktor persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan persepsi risiko.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan Teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer berbentuk kuisioner. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan populasi yang digunakan pada penelitian ini merupakan mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2019-2022 dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden. Data kemudian dianalisis menggunakan pengujian validitas dan uji reabilitas, uji sumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (uji koefisien determinan, uji f, uji t) dengan bantuan software SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking BSI. Sedangkan, persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan mobile banking BSI serta secara keseluruhan mempunyai pengaruh Bersama terhadap minat menggunakan layanan mobile banking BSI dengan nilai signifikansi  $0.00 < 0.05$  dan nilai F hitung  $27.627 > F$  tabel.

**Kata Kunci : Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Risiko, *M-Banking***

## ABSTRACT

Over time, the information technology industry is currently experiencing rapid development. These technological advances have had an impact on developments in various other fields, one of which is the development of the payment system. In the banking industry, this technological development presents mobile banking services. With the presence of mobile banking, it is very easy for customers to carry out banking transactions because transactions can only be done via mobile phones without the need to go to the bank. Pre-research on 30 FEBI students at UIN Walsiongo Semarang showed that 9 students had BSI accounts and 6 students had BSI Mobile Banking. This shows that there has been a decrease in interest and less thoroughness in using BSI mobile banking. This study aims to determine the factors that can influence the intention to use mobile banking, namely factors perceived convenience, perceived benefits, and perceived risk.

This study used a quantitative research method with a sampling technique, namely purposive sampling. The type of data used in this research is primary data in the form of a questionnaire. In this study, researchers used the population used in this study, who were active students of the Faculty of Economics and Islamic Business, UIN Walisongo Semarang, class of 2019-2022 by taking a sample of 100 respondents. The data were then analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests (normality, multicollinearity, and heteroscedasticity), multiple linear regression analysis, hypothesis testing (determinant coefficient test, f test, t test) with the help of SPSS software.

The results of this study indicate that perceived convenience and perceived usefulness have a positive and significant effect on the intention to use BSI's mobile banking services. Meanwhile, risk perception has no effect on the intention to use BSI mobile banking services and as a whole has a joint effect on the intention to use BSI mobile banking services with a significance value of  $0.00 < 0.05$  and an F-count value of  $27,627 > F$  table.

***Keyword : perception of convenience, perception of usefulness, risk perception, M-Banking***

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

*Bismillahirrahmanirrahim.* Rasa syukur dan puji penulis panjatkan atas beragam nikmat dan karunia yang Allah *subhanahu wata'ala* limpahkan kepada penulis. Penulis selalu berdoa memohon kepada-Nya untuk senantiasa istiqamah, tegar dan diatas jalan-Nya yang lurus hingga maut datang menjemput. Shalawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada suri tauladan kita semua Nabi Muhammad *shallahu alaihi wasallam* beserta beserta ahlu baitnya, para sahabat setianya, dan para pengikut jejak sunnahnya hingga kelak datang hari akhir datang.

*Alhamdulillahirabbil'alamin* hasil karya skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)” telah berhasil penulis selesaikan guna memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata (S.1) dalam Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Eonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa skripsi adalah hanya satu dari rangkaian Panjang penulis tempuh dan jalani sejak tahun 2019 penulis berkuliah di tempat yang mulia ini. Beragam rintangan dalam menuntut ilmu, rasa capek dan lelah, semangat yang terkadang berkobar dan terkadang drop dapat penulis jalani berkat do'a, bimbingan, tuntunan, dorongan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga berbagai kendala tersebut dapat dihadapi dan diatasi. Oleh karena itu sudah sepantasnya penulis bersyukur dengan mnegucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. Muhammad Saifullah, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Henny Yuningrum, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Program Studi S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
4. Prof. Dr. H. Imam Yahya, M. Ag, selaku Pembimbing I dan Farah Amalia, MM selaku Pembimbing II yang selalu sabar dan bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen pengajar Program S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.

6. Orang tua ku Bapak Triyoso dan Ibu Romyatun yang senantiasa memberi dukungan dalam setiap langkah dan selalu memberi kasih sayang, doa dan bantuan
7. Sahabat-sahabat serta teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberi motivasi, inspirasi dan doa.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis percaya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis akan sangat berterimakasih atas kritikan dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Amiin Yaa Robbal'alamin.

Semarang, 12 Juni 2023

Penulis

**Novi Astriningrum**

**1905036132**

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
DEKLARASI .....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	vii
ABSTRAK .....	xi
ABSTRACT .....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xx
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
1.4 Sistematika Penulisan .....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	11
2.1 Technology Acceptance Model.....	11
2.2 Persepsi Kemudahan .....	15
2.3 Persepsi Kemanfaatan .....	18
2.4 Persepsi Risiko .....	19
2.5 Minat.....	21
2.6 Kajian Pustaka.....	23

2.7 Kerangka Berpikir .....	30
2.8 Rumusan Hipotesis .....	31
2.8.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI .....	31
2.8.2 Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI .....	32
2.8.3 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2 Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1 Populasi .....	34
3.2.2 Sampel .....	35
3.3 Sumber Data Penelitian .....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	36
3.4.1 Kuesioner (angket) .....	36
3.5 Variabel Penelitian .....	37
3.6 Teknis Analisis Data.....	40
3.6.1 Analisis Data Deskriptif .....	40
3.6.2 Uji Instrumen Data .....	40
3.6.3 Uji Asumsi Klasik .....	41
3.6.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	42
3.6.5 Uji Hipotesis.....	43
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.1 Sejarah Bank BSI.....	45
4.1.2 Visi Misi Bank BSI .....	45
4.1.3 Identitas Perusahaan .....	46
4.1.4 Logo Bank Syariah Indonesia .....	46



4.1.5 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) .....	47
4.2 Deskripsi Dan Karakteristik Responden .....	48
4.2.1 Jenis Kelamin Responden.....	48
4.2.2 Angkatan Responden.....	48
4.2.3 Prodi Responden.....	49
4.3 Metode Analisis Data .....	49
4.3.1 Uji Instrumen Penelitian.....	49
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	53
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	55
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
4.4.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI .....	60
4.4.2 Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI .....	61
4.4.3 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI .....	62
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	65
5.3 Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>71</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>103</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018-2022 .....	2
Tabel 1.2 Hasil Analisis Pra Riset.....	5
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Indikator Variabel Penelitian .....	38
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	48
Tabel 4.2 Angkatan Responden .....	48
Tabel 4.3 Prodi Responden .....	49
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan .....	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemanfaatan .....	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko .....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Minat .....	52
Tabel 4.8 Uji Reabilitas.....	52
Tabel 4.9 Uji Normalitas .....	53
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas .....	54
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas .....	55
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda .....	55
Tabel 4.13 Uji F (Simultan) .....	57
Tabel 4.14 Uji T (Parsial).....	58
Tabel 4.15 Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bentuk Technology Acceptance Model (Davis, 1989) .....	15
Gambar 2.2 Modifikasi Model TAM (1996) dan Gahtani (2001) .....	15
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritik .....	31
Gambar 4.1 Logo Bank Syariah Indonesia .....	47
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia.....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	71
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	75
Lampiran 3 Uji Validitas .....	93
Lampiran 4 Uji Reabilitas .....	96
Lampiran 5 Uji Normalitas .....	99
Lampiran 6 Uji Multikolinearitas .....	100
Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas .....	101
Lampiran 8 Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	101
Lampiran 9 Uji F (Simultan) .....	102
Lampiran 10 Uji T (Parsial) .....	102
Lampiran 11 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	102

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Bank adalah lembaga keuangan yang biasanya ada untuk membuat kehidupan masyarakat menjadi lebih baik. Ada dua jenis bank di Indonesia yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank syariah berbeda dengan konvensional, beroperasi sesuai dengan Al-Quran dan hadits Nabi SAW. Selain itu, bank syariah juga tidak membebankan bunga kepada nasabah, tetapi bank syariah mendapatkan keuntungan dengan berpartisipasi dalam struktur lain sesuai akad-akad perjanjian yang disepakati<sup>1</sup>.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 mengatur tentang sistem perbankan syariah di Indonesia, sedangkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 lebih khusus mengatur tentang sistem perbankan syariah. Oleh karena itu, landasan hukum perbankan syariah di Indonesia ternyata semakin memuaskan sehingga dapat mendukung perkembangannya lebih pesat lagi. Pertumbuhan perbankan syariah yang terus meningkat setiap tahunnya menjadi salah satu buktinya. Tiga bank BUMN resmi melakukan merger pada 1 Februari 2021 yaitu meliputi PT. Bank Mandiri Syariah (BSM), PT Bank BRI Syariah dan PT Bank BNI Syariah. Dengan konsolidasi tiga bank BUMN ini diharapkan peningkatan bank syariah di Indonesia akan semakin meningkat dan dapat memperkuat kinerja perbankan syariah nasional.

Perbankan syariah berkembang pesat di Indonesia saat ini. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya produk di bank syariah sehingga mampu menarik banyak nasabah untuk memanfaatkan layanan perbankan syariah. Untuk menyelaraskan perbankan syariah dengan sistem perbankan konvensional, berbagai strategi digunakan untuk mengembangkannya. Strategi tersebut bertujuan untuk meningkatkan persaingan bisnis. Prosedur penyempurnaan ini dilakukan secara menyeluruh dengan melihat kualitas dan kekurangan perbankan syariah Indonesia sebagai suatu acuan. Perbedaan cara bank memberikan kepada nasabahnya yaitu dengan melalui sistem bagi hasil, inilah yang membuat perbankan syariah begitu menarik<sup>2</sup>.

Saat ini, peningkatan gaya hidup berbanding lurus dengan kemajuan teknologi. Perkembangan pesat inovasi data yang berkelanjutan memungkinkan bisnis untuk

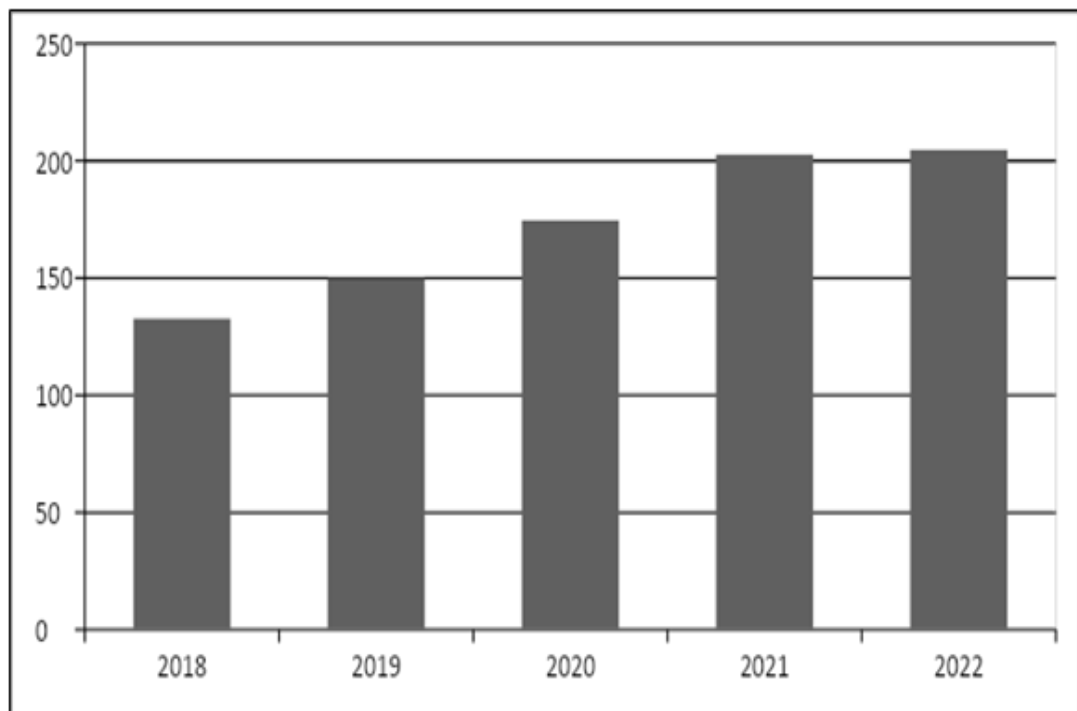
---

<sup>1</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011, hlm. 29.

<sup>2</sup> Nurhayati, Fatmasaris Sukesti, "Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Melalui Peningkatan Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah dengan Variabel Religiusitas sebagai Variabel Moderating (Studi pada Bank Syariah di Kota Semarang)", Vol. 77 Edisi 2, *Jurnal Economica* 2016, hlm. 142.

meningkatkan dan berkinerja baik dalam hal penggunaan waktu dan ruang. Selain itu, kemajuan teknologi mengakibatkan perubahan-perubahan yang terjadi dan mempengaruhi kehidupan individu, seperti perubahan ekonomi, masalah pemerintahan, surat menyurat, dan inovasi yang kini sudah menjadi hal yang lumrah. Itu juga sangat akomodatif dan mendukung kegiatan, termasuk internet, sebagai hasilnya. Internet dapat diakses oleh semua kalangan, baik anak kecil, dewasa maupun orang tua<sup>3</sup>. Akibatnya, masyarakat Indonesia semakin siap dalam menghadapi dunia digital. Menurut *We Are Social*, pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta pada Januari 2022, dengan tingkat penetrasi 73,7 persen dan jumlah penduduk sebesar 277,7 juta. Yang dimana artinya bahwa Indonesia termasuk negara pengguna internet terbesar di dunia. Pengguna internet tersebut tercatat selalu naik dalam 5 tahun terakhir<sup>4</sup>.

Tabel 1.1 pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018-2022 per Januari



Sumber: databoks.katadata.co.id, 2022

<sup>3</sup> Wahyudiono, "Implikasi Pengguna Internet Terhadap Partisipasi Sosial Di Jawa Timur", BPSDMP Kominfo Surabaya, Vol. 08, No. 02, (November 2019), halm. 63-68.

<sup>4</sup> Cindy Mutia, "Pengguna Internet di Indonesia Awal Tahun 2022", databoks.kadata.co.id, Databoks.Kadata.Co.id (blog), February 2022, <https://databoks.kadata.co.id/datapublish/2022/03/ada-204-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>.

Menurut data yang diambil dari *We Are Social*, jumlah pengguna internet terus mengalami kenaikan.. Pada tahun 2018 pengguna internet sejumlah 132,7 juta, kemudian pada tahun 2019 mengalami kenaikan menjadi 150 juta, kemudian mengalami kenaikan lagi pada tahun 2020 menjadi 175,4 juta dan naik lagi pada tahun 2021 menjadi 202,6 juta pengguna. Kemudian di tahun 2022 mengalami kenaikan yang sedikit dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu 1,03% menjadi 204,7% juta pengguna<sup>5</sup>.

Teknologi informasi berperan sangat penting pada hal perekayasaan ulang dalam proses bisnis. Industri perbankan merupakan salah satu industri yang selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi. Dalam dunia perbankan modern, teknologi informasi dituntut tidak hanya penunjang kegiatan dalam suatu kegiatan keuangan, tetapi harus berkembang menjadi penggerak bisnis. Kemampuan penetrasi TI yang baik terbukti mampu meningkatkan daya saing dan profitabilitas bagi bank dan nasabahnya<sup>6</sup>. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di dunia perbankan relative lebih maju dibanding sektor lainnya. Untuk menampilkan sebuah keunggulan umumnya perusahaan jasa misalnya perbankan selalu memperlihatkan banyak sekali kemudahan pada layanan kepada nasabah untuk memperoleh nasabah yang tentunya dengan memakai daya dukung teknologi informasi.

Bank Syariah terus berupaya melakukan inovasi produk dan layanan yang menjadi penunjang utama keberhasilan perusahaan untuk terus tumbuh dalam persaingan antar bank khususnya dalam hal pemasaran. Strategi pemasaran yang tepat dan tepat sasaran akan menjadi kunci sukses untuk memasarkan suatu produk teknologi<sup>7</sup>. Pemanfaatan teknologi di bidang perbankan dapat berupa inovasi layanan Electronic Channel (E-Channel). E-Channel merupakan layanan perbankan yang memanfaatkan media elektronik. E-Channel dapat berupa ATM, Mobile Banking, Internet Banking, dan SMS Banking<sup>8</sup>. Perbankan digital adalah salah satu inovasi di bidang keuangan yang telah membuat hidup konsumen lebih mudah dengan memberikan mereka kemudahan akses ke

---

<sup>5</sup> Data pengguna internet di Indonesia <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022> diakses tanggal 30 November 2022.

<sup>6</sup> Heny Yuningrum, Muyassarah, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Trust In Customer Satisfaction (Studi Kasus di Bank BRI Syariah KCP Kendal)", *AL-ARBAH: Jurnal Keuangan dan Perbankan Islam*, Vol. 2, No. 2 (2020).

<sup>7</sup> Hidayah, Musfiroh, Hinawati, Purwanto, "Strategi Pemasaran Wadiah Mudah Menabung Produk BSI Di Era Industri 4.0", *AL-ARBAH: Jurnal Keuangan dan Perbankan Islam*, Vol. 3, No. 2 (2021).

<sup>8</sup> Ivone Fradia Amora, Supriyanto, "Analisis Kualitas Layanan Saluran Elektronik tentang Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Selama Covid-19 Pandemi", *AL-ARBAH: Jurnal Keuangan dan Perbankan Islam*, Vol. 3, No. 2 (2021).

perbankan dan memberi mereka banyak fleksibilitas dalam cara mereka menggunakan layanan<sup>9</sup>.

Mobile banking atau biasa kita sebut dengan menggunakan kata M-Banking yaitu sebuah terminal yang dapat digunakan untuk pertukaran uang, cicilan, dan melakukan saldo benar-benar terlihat menggunakan indera bergerak seperti mobile phone. Praktik keuangan menggunakan *mobile banking* ini jelas telah mengubah strategi dalam menyelesaikan kegiatannya. Intinya ada beberapa faktor baru yang dapat mempengaruhi penilaian suatu bank dalam pembukaan cabang baru dan penambahan ATM. Bank memberikan administrasi keuangan yang fleksibel untuk mengatasi masalah lokal sebagai pilihan yang lebih mudah dalam pertukaran keuangan, tanpa harus datang ke kantor cabang dan ATM. Sejak saat ini dengan hadirnya *mobile banking* dapat dilakukan di mana saja, kapan saja secara efektif dan hanya melalui ponsel.

Salah satu Bank Syariah yang memberikan layanan *mobile banking* yaitu Bank Syariah Indonesia atau yang biasa disebut BSI. Layanan mobile banking BSI sangat bermanfaat bagi mahasiswa. Mahasiswa adalah anak-anak muda yang merupakan klien aktif mobile banking. Apalagi dengan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Mahasiswa dapat melakukan pembayaran UKT, pembayaran TOEFL atau IMKA dapat melalui mobile banking tanpa perlu datang ke bank sehingga mahasiswa dapat melakukan aktifitas dengan cepat tanpa perlu mengantri lama-lama di bank, namun penggunaan mobile banking ini kurang dimanfaatkan oleh mahasiswa karena kurangnya pengertian akan manfaat dari mobile banking.

Alasan pemilihan lokasi di UIN Walisongo Semarang adalah karena penulis tertarik dan bermaksud untuk mengetahui bagaimana sikap mahasiswa UIN Walisongo Semarang dalam menggunakan mobile banking. UIN adalah kampus yang berbasis Islam dan mahasiswa seharusnya lebih memilih menggunakan rekening syariah. Mahasiswa UIN, khususnya FEBI, harus paham tentang bank syariah yang menggunakan basis bagi hasil, dengan begitu mereka seharusnya berminat untuk menggunakan rekening syariah. Sehingga dilakukan observasi kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, menurut Sugiyono ukuran sampel yang layak adalah antara 30 sampai dengan 500<sup>10</sup>.

Pada tanggal 19 Desember 2022, peneliti melakukan Pra riset terhadap mahasiswa UIN Walisongo Semarang pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, sebanyak 30

---

<sup>9</sup> Amalia, Nihayah, Aniqoh, "Peran Industri Perbankan Digital Terhadap Perilaku Konsumen di Masa Covid-19", *Jurnal Pemasaran Digital dan Industri Halal*, Vol. 4, No. 2 (2022) 75-88).

<sup>10</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D", Bandung: Alfabeta, 2011.



mahasiswa atau responden. Peneliti ingin mengetahui seberapa banyak minat mereka dalam menggunakan *Mobile Banking* BSI, dipaparkan pada tabel Pra riset berikut:

Tabel 1.2 Hasil Analisis Pra Riset

NO	Pertanyaan	Kuantitas
1	Memiliki rekening Bank	30 Mahasiswa
2	Memiliki rekening BSI	9 Mahasiswa
3	Tidak memiliki rekening BSI	21 Mahasiswa
4	Memiliki <i>Mobile Banking</i> BSI	6 Mahasiswa
5	Pengguna aktif <i>Mobile Banking</i> BSI	5 Mahasiswa
6	Menggunakan <i>Mobile Banking</i> BSI lebih dari tiga kali (setiap bulannya)	3 Mahasiswa

Sumber: Data primer diolah, 2022

Kemudahan dan berbagai keuntungan yang dihadirkan oleh BSI *Mobile Banking* patut mendorong nasabah untuk menggunakan atau mengakui BSI *Mobile Banking*. Padahal *mobile banking* memiliki kelebihan dan manfaat yang dapat mempermudah aktivitas keuangan. Pada Pra riset yang ada menunjukkan bahwa dari 30 mahasiswa, hanya 9 mahasiswa yang memiliki rekening BSI dan 6 mahasiswa yang memiliki *Mobile Banking* BSI, 21 diantaranya tidak memiliki rekening maupun *Mobile Banking* BSI. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi penurunan minat dan kurang menyuluruh dalam menggunakan Layanan *Mobile Banking* BSI pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang. Peneliti termotivasi untuk mempelajari lebih mendalam karena beragamnya hasil dan jawaban yang tersedia mengenai apakah ada faktor persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan layanan *m-banking* BSI.

Dari perkembangan teknologi dan sistem informasi, berdampak pada perilaku konsumen. Jika seseorang menilai sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan mendatangkan kepuasan, maka ia akan tertarik untuk menggunakannya. Minat menurut Imsar, dari segi etimologi berarti perhatian, dan kesukaan berarti sesuai keinginan. Menurut istilah adalah alat mental yang terdiri dari kombinasi perasaan, harapan, keyakinan, kecenderungan, atau prasangka lain yang mengarahkan orang untuk membuat

pilihan tertentu<sup>11</sup>. *Mobile banking* cenderung digunakan oleh anak-anak muda, untuk itu perlu adanya pendekatan yang dapat menjelaskan apakah nasabah menerima atau menolak adanya layanan *mobile banking*. Tolak ukur yang bisa digunakan dalam penerimaan maupun penolakan dri individu dalam menggunakan *mobile banking* ini dengan model TAM (Technology Acceptance Model). Menurut teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Fred Davis pada tahun 1989, ketika pengguna diberi kesempatan untuk menggunakan sistem baru, sejumlah faktor, terutama manfaat dan kemudahan, mempengaruhi bagaimana dan kapan mereka menggunakan sistem tersebut. Persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan adalah dua faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan penggunaan teknologi menurut TAM.

Setiap orang akan menggunakan teknologi jika suatu teknologi itu memberikan kemudahan, manfaat dan risiko yang rendah dalam penggunaan suatu teknologi, Menurut Jogiyanto, persepsi kemudahan penggunaan sistem teknologi adalah anggapan tentang sejauh mana seseorang percaya bahwa sistem teknologi mudah digunakan, maka seseorang tersebut akan menggunakannya<sup>12</sup>. Di sisi lain, akan sulit bagi orang untuk mengadopsi sistem informasi jika mereka beranggapan bahwa sistem tersebut sulit untuk digunakan. Persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan juga telah terbukti memengaruhi kegunaan, minat, sikap, dan penggunaan aktual dalam penelitian sebelumnya<sup>13</sup>. Persepsi kemudahan dapat kita simpulkan jika seseorang beranggapan ketika menggunakan sebuah sistem teknologi informasi tidak membutuhkan banyak tenaga dan tergolong sederhana. Pengguna akan didorong untuk menerima dan juga mengadopsi sistem teknologi yang ada untuk penggunaannya jika dianggap mudah digunakan oleh pengguna.

Pertimbangan lain penggunaan inovasi keuangan yang fleksibel adalah manfaatnya, karena jika suatu teknologi yang digunakan memberikan manfaat baginya, maka nasabah akan menggunakannya. Persepsi kemanfaatan dapat bekerja dan dimanfaatkan untuk menghasilkan keuntungan. Menurut Cahyo Persepsi kemanfaatan yaitu suatu anggapan dan keyakinan seseorang tentang keputusan yang diberikan apakah suatu sistem tersebut akan memberikan manfaat<sup>14</sup>. Persepsi kemanfaatan menurut adalah asumsi atau anggapan mengenai keyakinan seseorang bahwa memanfaatkan sistem

---

<sup>11</sup> Imsar, Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pakaian Bekas (Monza) Pasar Melati Medan, Laporan Penelitian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, 2016. H. 8.

<sup>12</sup> Jogiyanto, "Sistem Teknologi Keprilakuan", Yogyakarta: Andipres, (2007).

<sup>13</sup> Prinka Kurniasari, Swasta Priambada, Analisis Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Pengguna Aplikasi Transportasi Online Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Volume 58, No. 2. Mei 2018. H. 132.

<sup>14</sup> Kartikasari, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking", (2019).

teknologi akan meningkatkan kinerja tertentu<sup>15</sup>. Setiap orang akan menggunakan *mobile banking* jika mereka percaya itu akan membantu mereka dalam menyelesaikan urusan mereka. Di sisi lain, jika seseorang percaya bahwa *mobile banking* tidak secara signifikan meningkatkan kemampuan mereka untuk menyelesaikan semua urusan mereka, termasuk tugas dan pekerjaan, mereka tidak akan menggunakannya. Pengadopsian nasabah terhadap layanan *mobile banking* dipengaruhi oleh tingkat kemanfaatan yang dirasakan.

Persepsi risiko yang dirasakan merupakan faktor tambahan untuk dipertimbangkan selain persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan. Persepsi risiko menurut Jogiyanto, adalah persepsi nasabah atas ketidakpastian dan hasil yang tidak diinginkan dari suatu aktivitas transaksional. Persepsi pelanggan tentang risiko biasanya muncul dari tingkat perbedaan dari pandangan nasabah dan perilaku aktual, serta keraguan tentang teknologi yang diharapkan tidak terkirim dan kerusakan yang diakibatkannya. Karena dalam menggunakan seseorang tidak bisa meramalkan konsekuensi negatifnya dalam menggunakan *mobile banking*. Menurut jogiyanto persepsi risiko adalah persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan. Persepsi risiko dapat memainkan peran yang sangat penting dalam perilaku manusia khususnya terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Karena dalam menggunakan tidak mungkin mengantisipasi dampak negatif penggunaan *mobile banking*. Jogiyanto menegaskan bahwa persepsi risiko merupakan persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan hasil yang tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan<sup>16</sup>. Persepsi risiko memainkan peran dalam sikap dan tindakan orang yang bisa dipengaruhi secara signifikan oleh cara mereka memandang risiko, terutama terkait minat mereka terhadap *mobile banking*.

Beberapa literasi terdahulu diantaranya penelitian Priestiani Putri Rahayu menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan<sup>17</sup>. Sedangkan pada penelitian Imas Oktavia kartikasari menyatakan variabel persepsi kemudahan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan<sup>18</sup>. Selanjutnya pada penelitian Ade Setiawan menyatakan bahwa variabel persepsi

---

<sup>15</sup> Jogiyanto, "Sistem Teknologi Keprilakuan", Yogyakarta: Andipres, (2007).

<sup>16</sup> Jogiyanto. Teori Portofolio dan Analisis Investasi, (Yogyakarta: BPF 2007), hlm. 130.

<sup>17</sup> Priestiani Putri Rahayu, "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking," Skripsi, 2019.

<sup>18</sup> Imas Oktavia Kartisari, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking (Survey pada Pengguna MIB Mobile Banking Mandiri Cabang Slamet Riyadi Surakarta)," Skripsi, 2019.

kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan<sup>19</sup>. Sedangkan pada penelitian Marwa Farida Annur menyatakan bahwa variabel persepsi kemanfaatan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan<sup>20</sup>. Selanjutnya pada penelitian Zuliani dan Nisa Ayu Purwati menyatakan bahwa variabel persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan<sup>21</sup>. sedangkan pada penelitian Ly Wani Siska menyatakan variabel persepsi risiko tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan<sup>22</sup>. Ketiga elemen ini adalah beberapa faktor yang dapat memengaruhi keinginan nasabah untuk menggunakan aplikasi mobile banking sehingga dianggap signifikan dan penting untuk memeriksa seberapa besar pengaruh ketiga variabel ini terhadap penggunaan mobile banking. Adanya pemeriksaan di atas yang menunjukkan perbedaan hasil, hal ini mendorong peneliti untuk melihat lebih dalam apakah ada dampak pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan risiko terhadap minat dalam penggunaan layanan mobile banking BSI.

Berdasarkan latar belakang diatas bertujuan dan menganalisis dampak dari pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Risiko Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Karena ini untuk melihat apakah mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang sudah menggunakan *mobile banking* untuk membantu kegiatan sehari-harinya dan jika belum memanfaatkannya maka diperlukan penelitian ini, ini akan menjadi jawaban atas pernyataan Mahasiswa UIN Walisongo Semarang yang berkaitan dengan mobile banking. Oleh karena itu berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis ingin meneliti tentang **“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEMANFAATAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)”**.

---

<sup>19</sup> Ade Setiawan, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Mobile Banking Di Tengah Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah.” Skripsi, 2022.

<sup>20</sup> Marwa Farida Annur, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Generasi Millenials (Studi Kasus Pengguna Bank Syariah di Yogyakarta)”, Skripsi, 2019.

<sup>21</sup> Zuliani dan Nisa Ayu Purwati , “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah”, Jurnal , Serambi Konstruktivis, Vo;. 03, No. 4, Desember 2021.

<sup>22</sup> Ly Wani Siska, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan M-Banking BNI (Studi kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Riau)”, Skripsi, 2021.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan dalam proposal, diantaranya sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI?
2. Adakah pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI?
3. Adakah Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah dapat diketahui tujuan dan manfaat yang hendak di capai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui adakah pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI
- b. Untuk mengetahui adakah Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI
- c. Untuk mengetahui adakah Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI

### **1.3.2. Manfaat Penelitian**

- a. Untuk menambah pengetahuan keilmuan dalam bidang ekonomi dan perbankan serta referensi agar tetap dapat mengembangkan sifat kritis terhadap fenomena-fenomena yang ada dalam kehidupan
- b. Untuk menambah bahan literatur serta pertimbangan penelitian selanjutnya bagi perguruan tinggi
- c. Untuk memberikan informasi dan bahan pertimbangan dalam peningkatan layanan bank
- d. Bermanfaat terhadap perkembangan ilmu dalam dunia perbankan baik secara teori dan aplikasi.

## **1.4 Sistematika Penulisan**

Guna mempermudah penulisan ini, melalui penulisan proposal penelitian ini maka akan dibagi menjadi lima (5) bab. Masing-masing bab membahas permasalahan yang

dipecah menjadi beberapa sub-bab. Sistematika penulisan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan deskripsi secara umum tentang rancangan penelitian dan merupakan kerangka awal penelitian, karena di dalamnya akan dipaparkan tentang latar belakang masalah yang merupakan deskripsi permasalahan yang akan diteliti, serta akan dipaparkan juga rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II : TINJUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi tentang Kajian Pustaka, Landasan Teori, Kerangka Pemikiran Teoritik, Penelitian Terdahulu, dan Hipotesis Penelitian.

## **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang Jenis dan Sumber Penelitian, Lokasi Penelitian, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan dan Analisis Data.

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi Objek Penelitian, Karakteristik Responden, Analisis Data, dan Pembahasan Analisis Data.

## **BAB V: PENUTUP**

Bab ini mencakup kesimpulan dari keseluruhan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya serta implikasi yang dapat penulis sampaikan dalam penulisan skripsi ini dan juga saran.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Technology Acceptance Model

Setiap orang memiliki penilaian alternatif tentang apa itu teknologi. Untuk menentukan tingkat pengakuan penerimaan sistem informasi dapat dianalisis menggunakan model TAM. Dengan demikian, TAM merupakan analisis yang digunakan untuk menentukan perilaku pengakuan nasabah terhadap hadirnya teknologi.

Popularitas *Technology Acceptance Model* dari Davis telah dilihat oleh banyak orang, sebagaimana dibuktikan oleh banyak peneliti yang merujuk pada karyanya. TAM adalah hipotesis yang dikemukakan oleh Fred Davis pada tahun 1986 dalam tesisnya dan pada tahun 1989 disebarluaskan dalam artikel ilmiahnya. Seperti yang ditunjukkan oleh Social Science Citation Index (SCCI) tahun 2003, 698 pemeriksaan telah dirujuk oleh Wiyono dan Hartono tahun 2008. Perumusan TAM yang sebenarnya, Davis menggunakan TRA untuk menjadi *grand theory* tetapi tidak mencakup semua komponen hipotesis TRA. Davis hanya mengarahkan faktor sikap, dan tidak menggunakan keyakinan yang mengatur (normative) dan standar emosional (norma subjektif)<sup>23</sup>.

Penulis sering menggunakan model TAM dalam penelitian atau artikel mereka. TAM mengasumsikan bahwa individu biasanya akan menentukan proses kognitif untuk memaksimalkan manfaat teknologi atau sistem informasi ketika memilih atau mengadopsi teknologi. Di TAM sendiri Davis menggambarkan dua bagian penting; persepsi kemudahan serta persepsi kemanfaatan. Kedua faktor ini, yang dapat menggambarkan aspek perilaku pengguna saat menggunakan atau memilih untuk mengadopsi teknologi serta manfaat dari penggunaan teknologi tersebut, sehingga memiliki dampak terbesar bagi pengguna sistem (*actual system usage*). Secara lebih rinci, teori ini memaparkan bahwa dalam pengakuan pemanfaatan inovasi disebabkan oleh dua persepsi, yaitu kemudahan penggunaannya dan seberapa bermanfaatnya bagi pengguna<sup>24</sup>.

Munculnya model TAM ini dilatarbelakangi oleh TRA (Theory of Reasoned Action) yang dikemukakan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen. TAM yang dimunculkan oleh Davis berencana untuk memberikan klarifikasi terkait jaminan penerimaan teknologi

---

<sup>23</sup> Irwan Tirtana, Shinta Permata Sari, "Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking", Seminar Nasional Dan Call Of Paper, Program Studi Akuntansi-FEB UMS. 25 Juni 2014, h. 675.

<sup>24</sup> Imam Sugih Rahayu, Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Accepting Model (TAM) (Studi Kasus PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* Volume 5, No. 2. Desember 2015. H. 139-140.

menurut global, khususnya memberikan klarifikasi terkait sikap perilaku pengguna dalam suatu populasi<sup>25</sup>.

TAM adalah teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang sebagian besar digunakan untuk mengkaji pada metode yang terlibat dalam mengambil teknologi informasi. Lagi pula, model yang "baik" harus bisa menjelaskan selain membuat prediksi. Sangat jelas bahwa model TAM dan indikatornya telah diuji untuk mengukur penerimaan teknologi. Cara ini TAM akan dapat benar-benar menjelaskan mengapa pengguna dapat atau tidak dapat mengenali sistem informasi perpustakaan.

Tingkat keyakinan dan kepercayaan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu dapat dilakukan dengan mudah, tanpa memerlukan kerja keras, dilihat dari kemudahan yang akan diperoleh dari suatu sistem informasi. Jika sistem teknologi yang ada dianggap mudah digunakan, orang akan lebih cenderung menerima dan mengadopsinya. Jika teknologi tidak sulit untuk digunakan dan terhindar dalam upaya kerja keras, orang akan tertarik untuk menggunakan suatu sistem teknologi. Jika orang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, mereka lebih cenderung akan menggunakannya. Akibatnya, peneliti akan menyelidiki apakah minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking dapat dipengaruhi oleh variabel persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan dan persepsi risiko.

Persepsi masyarakat tentang kemudahan juga memainkan peran penting, dan mereka dapat mempengaruhi atau bahkan menjadi standar untuk bagaimana mereka menggunakan layanan *mobile banking*. Ketika orang membuat keputusan untuk menggunakan suatu teknologi, mereka berasumsi bahwa sistem tersebut dapat membantu mereka dalam hal manfaat dan efisiensi dalam menggunakannya maka mereka berminat untuk menggunakan *mobile banking*. Begitu juga dengan persepsi risiko harus dipikirkan sebelum melakukan keputusan penggunaan. Seseorang harus mempertimbangkan bagaimana mereka memandang risiko. Tergantung dari beberapa faktor, apakah teknologi baru yang akan digunakan berisiko atau tidak. Orang tidak ingin mengambil terlalu banyak risiko saat menggunakan *mobile banking*. Tingkat minat terhadap *mobile banking* akan menurun jika ditemukan atau dialami oleh individu yang menggunakan *mobile banking* karena risiko yang tinggi. Namun, jika persepsi individu terhadap risiko yang terkait dengan penggunaan *mobile banking* rendah, mereka tidak akan ragu untuk berminat menggunakan *mobile banking*.

---

<sup>25</sup> Endang Fatmawati, "Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan", *Jurnal Iqra'*, Vol. 09, No. 01 . Mei 2015. h. 4.



Pengakuan pengguna atas penerimaan sistem TI terkait dengan penggunaannya. Untuk menentukan kelayakan sistem informasi atau seberapa bermanfaat penggunaan teknologi informasi, penting untuk mengetahui jumlah pengguna yang diantisipasi yang dapat mengenali dan memproses teknologi tersebut. Tingkat penerimaan pengguna terhadap implementasi TI merupakan faktor penting dalam keberhasilannya. Menurut Nasir (2013) dalam Prinka Kurniasari dan Swasta Priambada, penerimaan pengguna dapat didefinisikan sebagai sekelompok kesiapan pengguna untuk memanfaatkan sistem teknologi informasi (TI) untuk memudahkan aktivitasnya<sup>26</sup>. Penerimaan pengguna memiliki dampak yang signifikan terhadap berhasil atau tidaknya suatu aplikasi sistem teknologi. TAM atau mode penerimaan teknologi, dapat digunakan untuk menilai apakah sistem informasi atau teknologi informasi telah berhasil diterapkan.

TAM memberikan landasan untuk memahami bagaimana keyakinan, sikap, dan tujuan pengguna yang dipengaruhi oleh faktor eksternal. Salah satu keunggulan model TAM lainnya, selain fakta bahwa model tersebut dibangun di atas landasan teoretis yang kokoh, adalah mampu menyelesaikan kekacauan yang disebabkan oleh banyaknya sistem teknologi yang gagal diterapkan di perpustakaan. Penyebabnya yang terjadi yaitu pengguna yang tidak berminat untuk menggunakannya.

Bahwa "*Acceptance*" mengacu pada penerimaan, sesuai dengan TAM. Dengan demikian, TAM dapat digambarkan sebagai model analisis untuk menentukan penerimaan pengguna terhadap teknologi yang ada. Arti TAM dapat disimpulkan dari Wikipedia, "*TAM is an information system theory that models how users come to accept and use a technology*". Intinya TAM adalah teori sistem informasi yang menunjukkan bagaimana pengguna mau menggunakan dan menerima teknologi yang ada.

Penggunaan sistem informasi baru, di TAM dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu: *Perceived ease of use* dan *Usefulness Perceived*. Menurut Davis (1989), " ease " artinya "tidak ada kesulitan atau usaha besar." Selain itu, "*Perceived ease of use*" didefinisikan sebagai "sejauh mana seseorang percaya bahwa sistem tertentu akan mudah digunakan". Ketika diterapkan pada sistem informasi perbankan, hal ini menunjukkan bahwa nasabah atau pengguna menganggap sistem tersebut, seperti *mobile banking*, mudah digunakan dan tidak sulit digunakan. Ini termasuk memudahkan pengguna untuk menggunakan sistem informasi secara sinkron. Menurut studi eksperimen Davis (1989), persepsi kemudahan

---

<sup>26</sup> Prinka Kurniasari, Swasta Priambada, Analisis Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Pengguna Aplikasi Transportasi Online Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Volume 58, No. 2. Mei 2018. H. 130.

dapat dipertimbangkan pengguna untuk menggunakan dan menerima sistem yang baru diperkenalkan dapat dijelaskan oleh kemudahan penggunaan yang dirasakan.

Menurut Davis, “Persepsi Kemanfaatan” (Usefulness Perceived) menunjukkan bahwa konsumen berkeyakinan kinerja mereka memperoleh manfaat secara optimal dari penggunaan sistem informasi<sup>27</sup>. Persepsi kebermanfaatan ini menyoroti aspek kunci dari ketetapan pengadopsian sistem informasi. Jika seseorang memperhatikan bahwa sistem berfungsi atau tidak berfungsi, mereka harus memperhatikan dan mencoba mencari tahu. Dengan kata lain, jika seseorang tidak mengetahui bahwa sistem informasi yang mereka gunakan mendeteksi resiko dan penyalahgunaan, pengguna tidak tertarik untuk mengadopsinya.

Penerimaan sistem teknologi informasi dapat berasal dari faktor sistem itu sendiri atau dari faktor pengguna, karakter, kepribadian, dan kekhawatiran individu juga dapat mempengaruhi penerimaan sistem informasi. Keputusan pengguna mengenai apakah akan mengadopsi sistem informasi atau tidak dapat dipengaruhi oleh sistem informasi seperti *mobile banking*, kualitas jaringan, perangkat, dan layanan *mobile banking*.

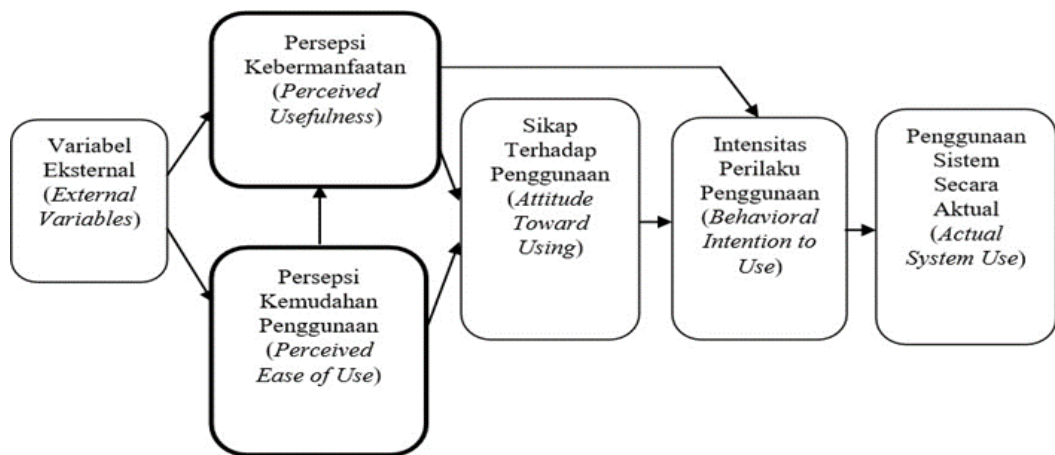
TAM terintegrasi oleh Venkatesh, et. al. (2002) dalam Endang Fatmawati, meskipun faktanya penggunaan sistem dipengaruhi oleh faktor intrinsik dan ekstrinsik. Yang dimaksud dengan “faktor intrinsik” mengacu pada pengguna itu sendiri, sedangkan “faktor ekstrinsik” mengacu pada aspek lingkungan pengguna yang mendorong mereka untuk menggunakan sistem informasi. Persepsi kebermanfaatan dan kemudahan menjadi landasan untuk menyelidiki keberadaan variabel eksternal, yang kemudian dapat diprediksi dengan menggunakan persepsi kemudahan yang memunculkan persepsi kebermanfaatan<sup>28</sup>. Perilaku dalam penggunaan sistem informasi akan dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan dan kemudahan penggunaan, yang selanjutnya akan mempengaruhi intensitas penggunaan (*mobile banking*). Penggunaan sistem yang sebenarnya akan terpengaruh ketika intensitas pendayagunaan atau *Conduct Intention to Use* untuk Menggunakan muncul. Lebih jelasnya seperti gambar berikut:

---

<sup>27</sup> Ibid, h. 6.

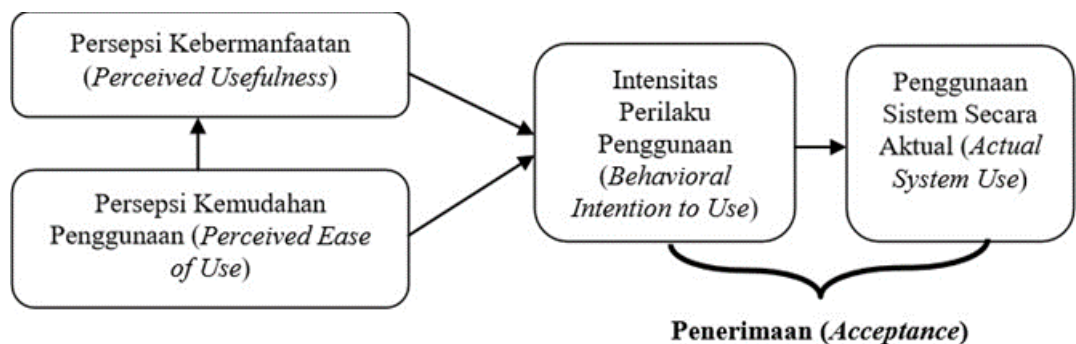
<sup>28</sup> Endang Fatmawati, “Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan”, *Jurnal Iqra'*, Vol. 09, No. 01 . Mei 2015. h. 8.

Gambar 2.1 Bentuk Technology Acceptance Model (Davis, 1989)



Dalam hal penerimaan, Gahtani (2001) melakukan konversi bentuk TAM dengan menggunakan kombinasi variabel penggunaan sistem secara konkret (actual system use) dan intensitas niat perilaku untuk menggunakan (behavioural intention to use) menjadi variabel penerimaan (acceptance). Perubahan ini lebih jelasnya seperti gambar 2.2 berikut:

Gambar 2.2 Modifikasi Model TAM Chuttur (1996) dan Ghatani (2001)



Tujuan utama TAM adalah untuk memberikan penjelasan tentang faktor-faktor yang menentukan penerimaan pemakai terhadap teknologi yang dapat mewakili perilaku mereka. Model TAM menjadi gambaran bagaimana pengguna dapat merangkul dan memanfaatkan teknologi ini. Model TAM (Technology Acceptance Model) menonjol karena dikonsepsi secara langsung namun efektif untuk memprediksi penerimaan dan penggunaan sistem teknologi informasi baru.

## 2.2 Persepsi Kemudahan

Jogiyanto mengatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan sistem teknologi adalah anggapan tentang seberapa banyak seseorang akan menggunakan sistem teknologi

jika mereka yakin mudah untuk digunakan<sup>29</sup>. Orang akan menggunakan sistem informasi jika mereka beranggapan itu mudah digunakan. Di sisi lain, orang tidak akan menggunakan sistem informasi jika menurut mereka sulit untuk digunakan<sup>30</sup>.

Menurut Davis (1989) dalam Muhammad Habibi, persepsi kemudahan diartikan sebagai kemampuan seseorang percaya untuk memahami bahwa menggunakan teknologi tidak memerlukan banyak usaha. Tujuan pemanfaatan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk mencapai tujuan yang sesuai dengan keinginan pengguna keduanya termasuk dalam konsep kemudahan penggunaan yang dirasakan<sup>31</sup>. Pengguna akan didorong untuk menerima dan juga mengadopsi sistem teknologi yang ada untuk penggunaannya jika dianggap mudah digunakan oleh pengguna.

Jogiyanto mengatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan sistem teknologi adalah anggapan tentang seberapa banyak seseorang akan menggunakan sistem teknologi jika mereka yakin mudah untuk digunakan<sup>32</sup>. Keyakinan bahwa menggunakan sistem teknologi tidak akan membutuhkan banyak usaha, yang dapat memotivasi orang untuk menggunakan sistem teknologi. Jika orang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, mereka lebih cenderung menggunakannya. Di sisi lain, akan sulit bagi individu untuk mengadopsi sistem informasi dengan asumsi mereka menerima bahwa sistem tersebut sulit untuk digunakan. Kemudahan penggunaan yang dirasakan juga telah terbukti memengaruhi kegunaan, minat, sikap, dan penggunaan aktual dalam penelitian sebelumnya<sup>33</sup>. Persepsi kemudahan dapat kita simpulkan Jika seseorang menggunakan sebuah sistem teknologi informasi, mereka beranggapan bahwa tidak membutuhkan banyak tenaga dan tergolong sederhana.

Oleh karena itu, seseorang akan menggunakan suatu teknologi jika mereka berpikir bahwa setiap sistem informasi dapat membantu meningkatkan kinerja individu, tidak perlu usaha, dan memiliki biaya aplikasi yang relatif rendah disebut sebagai persepsi kemudahan. Tujuan dari persepsi kemudahan penggunaan pada *mobile banking* adalah untuk membuat pengakses cerdas ke layanan *mobile banking* menjadi nyaman, mudah dipahami, dan mudah dipelajari. Dengan hadirnya fasilitas ini, diharapkan nasabah terinspirasi untuk

---

<sup>29</sup> Jogiyanto, "Sistem Teknologi Keprilakuan", Yogyakarta: Andipres, (2007).

<sup>30</sup> Jogiyanto, Sistem Informasi Keprilakuan, (Yogyakarta: Andi, 2007), hlm. 115.

<sup>31</sup> Muhammad Habibi, "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Pnggunaan Mobile Banking Syariah", Jurnal Ekonomi

<sup>32</sup> Jogiyanto, "Sistem Teknologi Keprilakuan", Yogyakarta: Andipres, (2007).

<sup>33</sup> Prinka Kurniasari, Swasta Priambada, Analisis Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Pengguna Aplikasi Transportasi Online Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Volume 58, No. 2. Mei 2018. H. 132.

memulai transaksi secara online dengan memakai mobile banking dan memanfaatkan fitur mobile banking. Ketika penggunaan aplikasi *Mobile Banking*, nasabah sebagai penentu yang ditentukan oleh persepsi individu dan sikap yang dimana akhirnya dapat membentuk suatu perilaku individu dalam mengaplikasikan *Mobile Banking*.

Dalil kemudahan menurut Al-Qur'an: (al-insyiroh ayat 5&6)

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا, إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya: “karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, (ayat 5)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (ayat 6)”<sup>34</sup>.

Ayat di atas menunjukkan bahwa pasti ada jalan keluar dari setiap rintangan. Tujuan dari penelitian ini dan dampak dari kesulitan antara lain kesulitan dalam kegiatan transaksi perbankan. *Mobile banking* hadir sebagai solusi dari kesulitan tersebut. Salah satu bentuk kemudahan yang ditawarkan kepada nasabah bank adalah *mobile banking*. Transfer, cek saldo rekening, pembayaran e-commerce, dan aktivitas lain yang memungkinkan nasabah melakukan perbankan secara mandiri kapan saja dan dari lokasi mana saja semuanya mudah dilakukan.

Indikator yang dipakai dalam penelitian ini, diantaranya yaitu:

1. Ada anggapan mudah digunakan, yaitu persepsi dimana pengguna merasa bahwa menu pada suatu sistem mudah digunakan sehingga nasabah dapat menggunakan fungsionalitas yang ada sesuai kebutuhan.
2. Mudah dipelajari, yaitu persepsi dimana pengguna merasa bahwa suatu teknologi dapat dengan mudah dipelajari, nasabah dapat cepat memahami menu yang ada pada sistem sehingga dapat melakukan fungsi yang ada dengan baik.
3. Jelas dan mudah dimengerti, yaitu persepsi dimana pengguna merasa bahwa menu pada suatu sistem terlihat jelas dan mudah dipahami.
4. Mudah dioperasikan sesuai kebutuhan, yaitu persepsi dimana pengguna merasa bahwa menu pada suatu sistem mudah digunakan sesuai kebutuhan<sup>35</sup>.

---

<sup>34</sup> QS Al-Insyirah ayat 5-6 <https://tafsirweb.com/37702-surat-al-insyirah-ayat-5-6.html>, Diakses 24 Februari 2023

<sup>35</sup> Dyah Anggita Febrianti, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Online Pada Mahasiswa UST Yogyakarta Pengguna Zalora”, *Jurnal Ekobis Dewantara*, Vol. 01, No. 11, November 2018, hlm. 12.

## 2.3 Persepsi Kemanfaatan

Persepsi kemanfaatan atau *perceived usefulness* yang didefinisikan oleh Davis (1989), adalah suatu ukuran yang diberikan dengan menggunakan sebuah teknologi dapat mendatangkan manfaat bagi yang menggunakan teknologi tersebut<sup>36</sup>. Persepsi kemanfaatan yaitu keyakinan yang dimiliki seseorang tentang suatu keputusan, seperti suatu sistem akan digunakan jika dianggap bermanfaat maka orang tersebut akan menggunakannya, atau jika seseorang menganggap bahwa kurang bermanfaat seseorang tidak akan menggunakannya<sup>37</sup>.

Menurut Jogiyanto persepsi kemanfaatan adalah anggapan tentang sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem teknologi maka akan meningkatkan kinerja tertentu<sup>38</sup>.

Menurut penelitian Cahyo (2014) dalam kartikasari<sup>39</sup>, persepsi kemanfaatan dapat berfungsi dan dimanfaatkan untuk mendatangkan keuntungan. Persepsi kemanfaatan yaitu tingkat kepercayaan individu bahwa pemanfaatan sistem informasi dapat meningkatkan produktivitas, kinerja, dan efektivitas penggunaannya. Kinerja nasabah dapat ditingkatkan dalam konteks *mobile banking* oleh para penggunaannya. Setiap orang akan menggunakan *mobile banking* jika mereka beranggapan itu akan membantu mereka dalam menyelesaikan urusan mereka. Di sisi lain, jika seseorang bahwa *mobile banking* tidak secara signifikan meningkatkan kemampuan mereka untuk menyelesaikan semua urusan mereka, termasuk tugas dan pekerjaan, mereka tidak akan menggunakannya. Pengadopsian nasabah terhadap layanan *mobile banking* dipengaruhi oleh tingkat kemanfaatan yang dirasakan.

Dalam penjelasan ini, kepercayaan individu dalam keputusan mereka untuk menerima dan memperkenalkan teknologi informasi menunjukkan keuntungan dari melakukannya. Secara alami, manfaat positif dapat dirasakan saat mempercayai *mobile banking*. Pengguna menganggap bahwa dengan menggunakan *mobile banking* akan meningkatkan kinerja dan manajemen waktu mereka, sehingga meningkatkan kinerja kerja.

Perkembangan *mobile banking* memiliki keuntungan baik bagi industri perbankan secara keseluruhan yaitu perolehan *fee based income*, pengurangan biaya transaksi, peningkatan kepercayaan dan loyalitas nasabah maupun bagi nasabah itu sendiri yaitu

---

<sup>36</sup> Rithmaya, C. L, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah BCA Dalam Menggunakan Internet Banking", *Journal Of Research In Economics and Management*, Vol. 16, No. 01, (2016). hlm. 60.

<sup>37</sup> Kartikasari, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking", (2019).

<sup>38</sup> Jogiyanto, "Sistem Teknologi Keprilakuan", Yogyakarta: Andipres, (2007).

<sup>39</sup> Kartikasari, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking", (2019).

kenyamanan dan kemudahan, nasabah bebas bertransaksi tanpa memandang lokasi dan waktu. dapat dinikmati oleh nasabah *anytime, anywhere, dan by any device*<sup>40</sup>.

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Layanan mobile banking dianggap memiliki manfaat yang besar bagi pengguna  
Suatu persepsi dimana pengguna merasa bahwa dengan menggunakan teknologi dapat memberikan manfaat terhadap aktivitas perbankan.
2. Pengguna merasa transaksi yang dilakukan dengan mobile banking sangat efektif  
Persepsi dimana pengguna merasa bahwa dengan menggunakan teknologi tertentu dapat mengatursumber penghasilannya secara afektif
3. Pengguna mobile banking akan mendukung aktivitas pengguna perbankan  
Persepsi dimana pengguna merasa bahwa menggunakan teknologi akan menambah pencapaian dalam pekerjaan terhadap aktivitas perbankan.
4. Pengguna mobile banking mengefesiensikan proses kegiatan perbankan  
Persepsi dimana pengguna merasa bahwa menggunakan teknologi akan membuat aktivitas menjadi lebih cepat sehingga dalam hal aktivitas transaksi perbankan, nasabah tidak perlu menunggu terlalu lama untuk menjalankan transaksi yang diinginkan<sup>41</sup>.

## 2.4 Persepsi Risiko

Menurut Jogiyanto persepsi risiko adalah pandangan seseorang tentang sesuatu yang tidak pasti dan hasil yang tidak diinginkan dalam melakukan suatu tindakan. Persepsi pelanggan tentang risiko biasanya muncul dari tingkat perbedaan dari pandangan nasabah dan perilaku aktual, serta keraguan tentang teknologi yang diharapkan tidak terkirim dan kerusakan yang diakibatkannya<sup>42</sup>.

Oentario mendefinisikan persepsi risiko sebagai prediksi seseorang mengenai kemungkinan ketidakpastian suatu transaksi *mobile banking*. Di masa lalu, persepsi risiko dianggap sebagai penipuan yang paling umum. Sekarang, ada jenis persepsi risiko tertentu<sup>43</sup>. Rasa ketidakpastian dan kegelisahan seseorang saat menggunakan mobile banking juga dapat diartikan sebagai persepsi risiko. Karena saat seseorang

---

<sup>40</sup> OJK, *Bijak ber-Electronic banking*, Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, (2015).

<sup>41</sup> Sulastini & Warnika, " Aplikasi TAM, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan dalam Menjelaskan Niat Menggunakan Internet Banking", *E-journal Manajemen Universitas Udayana* (2014).

<sup>42</sup> Jogiyanto, "Teori Portofolio dan Analisis Investasi", (Yogyakarta: BPFE, 2007), hlm. 130.

<sup>43</sup> Wahyuni Nur Syahril, "Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) Dalam Menganalisis Minat Perilaku Mahasiswa Universitas TELKOM, *Jurnal Mitra Manajemen*, Vol. 3, No. 2, Februari 2019, hlm. 206-207.

menggunakannya tidak mungkin mengantisipasi dampak negatif dalam penggunaan mobile banking.

Risiko mengacu pada tingkat risiko saat menggunakan inovasi teknologi. Karena upaya bank untuk meminimalkan risiko, nasabah juga menerima dan memilih untuk menggunakan mobile banking. Risiko adalah ekspektasi kerugian, individu secara subyektif mengevaluasi kerugian, dan semakin besar kerugian, semakin besar risiko yang dirasakan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa risiko adalah persepsi negatif seseorang terhadap kerugian atau keuntungan yang diterima.

Saat menggunakan Mobile Banking, ada enam macam komponen persepsi risiko menurut Sumarwan, dapat dikategorikan sebagai berikut:<sup>44</sup>

1. Risiko Psikologi, Perasaan emosi, atau ego yang dialami setiap individu ketika mereka membeli atau menggunakan suatu produk.
2. Risiko Kinerja (*functional risk*), Orang tidak mendapatkan manfaat yang mereka harapkan dari suatu produk.
3. Risiko Fisik (*physical risk*), Efek negatif yang dimiliki suatu produk terhadap pengguna setelah mereka menggunakannya
4. Risiko Keuangan (*financial risk*), Setelah membeli atau menggunakan suatu produk, orang mengalami kesulitan keuangan.
5. Risiko Sosial, Risiko ini adalah salah satu pengaruh lingkungan sekitar pengguna saat menggunakan suatu produk.
6. Risiko Waktu, seseorang akan membuang-buang waktu, kehilangan kenyamanan, atau usaha yang sia-sia saat menggunakan *mobile banking*<sup>45</sup>.

Menurut Assael (1998), faktor penting dalam pemrosesan informasi konsumen adalah persepsi mereka terhadap risiko. Semakin tinggi anggapan risiko yang akan didapat dalam menggunakan suatu teknologi informasi maka akan rendah tingkat kepercayaannya. Begitupun sebaliknya, tingkat kepercayaan seseorang akan meningkat Ketika seseorang beranggapan bahwa risiko yang akan didapat rendah. Persepsi risiko meningkat ketika:

1. Ada kekurangan informasi mengenai produk
2. Produk masih baru.
3. Produk menggunakan teknologi canggih
4. Tingkat kepercayaan pengguna terhadap evaluasi merek rendah.

---

<sup>44</sup> Ujang Sumarwan, *Riset Pemasaran Dan Konsumen* (Bogor: PT Penerbit IPB Pers, 2011).

<sup>45</sup> Hamidah Rahim, "Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Transaksi Penggunaan Paytren Pada PT. Veritra Santosa Internasional", *Jurnal EKOBISTEK* Fakultas Ekonomi, Vol. 6, No. 2, Oktober 2017, hlm. 276.



5. Pelanggan sangat mementingkan produk. Tingginya harga produk.

Persepsi risiko mengarah pada saat menggunakan suatu layanan, persepsi risiko yang dirasakan menghasilkan ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan. Perilaku masyarakat, khususnya minat mereka dalam menggunakan mobile banking, dapat dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi mereka terhadap risiko. Pavlou mengatakan bahwa sejumlah indikator digunakan untuk mengukur persepsi risiko. diantaranya:

- 1) Ada risiko tertentu, yaitu ada risiko tertentu yang harus siap ditanggung saat menggunakan layanan mobile banking
- 2) Mengalami kendala, yaitu sistem yang bermasalah hingga kerugian yang dialami oleh pengguna merupakan risiko dari penggunaan suatu teknologi
- 3) Ada anggapan bahwa produk tersebut berisiko, yaitu persepsi nasabah pengguna mobile banking terhadap teknologi tersebut seperti merasa tidak aman saat bertransaksi<sup>46</sup>.

## 2.5 Minat

Minat adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Minat merupakan salah satu bagian dari pikiran manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan. Jika seseorang menilai sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan mendatangkan kepuasan, maka ia akan tertarik untuk menggunakannya<sup>47</sup>. Secara etimologis, arti minat adalah pertimbangan, kecenderungan untuk apa yang diinginkan, sedangkan menurut istilah minat adalah perangkat psikologis yang terdiri dari kombinasi sentimen, kepercayaan, keyakinan, kecenderungan atau prasangka lain yang mengarahkan orang pada keputusan tertentu<sup>48</sup>. Ketertarikan atau minat menggunakan individu untuk menggunakan didefinisikan sebagai keinginan mereka untuk menggunakan kembali sesuatu yang sama ketika sewaktu-waktu membutuhkan lagi<sup>49</sup>.

Dr. H. Dadang Sunendar dan Prof. Dr. Iskandarwasid mengatakan bahwa minat merupakan perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat tumbuh<sup>50</sup>. Ketertarikan

---

<sup>46</sup> Sulistiyo Seti Utami dan Berlianingsih Kusumawati, "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan E-Money", *Jurnal Balance*, Vol. 14, No. 2 (2017), h. 35.

<sup>47</sup> Kusuma, H., dan Susilowati, D., (2007), "Determinan Pengapdosian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Jogjakarta", *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, Vol. 11, No. 02.

<sup>48</sup> Imsar, Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pakaian Bekas (Monza) Pasar Melati Medan, Laporan Penelitian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, 2016. H. 8.

<sup>49</sup> Taylor, S. a., dan Baker, T. I., (1994), "An Assessment of the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumer's Purchase Intentios", *Journal of Retailing*, Vol. 70, No. 02, h. 163-178.

<sup>50</sup> Iskandarwasid & Dadang Sunendar, Strategi Pembelajaran Bahasa, Bandung Rosda, Cet. Ke-3, 2011, h. 8.

seseorang dalam memanfaatkan *BSI Mobile Banking* merupakan definisi minat dalam penelitian ini.

Faktor internal dan eksternal dapat mempengaruhi minat, dan minat setiap orang dapat dipengaruhi oleh tiga hal:

1. Faktor yang berhubungan dengan jasmani dan rohani yang bersumber dari dalam diri individu
2. Motif sosial, khususnya lingkungan individu dan kebutuhan untuk dihargai
3. Faktor emosional, ukuran intensitas seseorang dalam memperhatikan suatu keinginan atau objek tertentu

Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa minat merupakan dorongan yang kuat dari diri seseorang untuk melakukan sesuatu dengan tujuan mencapai keinginannya. Selain itu, minat juga dapat diartikan sebagai situasi sebelum seseorang melakukan sesuatu yang menjadi dasar pertimbangan untuk memutuskannya. Dengan adanya minat, seseorang akan termotivasi dalam kebebasan memilih sesuai dengan keinginan yang dapat menguntungkan mereka<sup>51</sup>.

Dalam surah Al-Isra' ayat 84 Allah Swt berfirman :

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

Artinya :

Katakanlah (Muhammad), “Setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaanya masing-masing.” Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya<sup>52</sup>.

Ayat sebelumnya memerintahkan semua orang untuk bertindak sesuai dengan akal sehat. Selain itu, Allah SWT memerintahkan umatnya untuk bertindak sesuai dengan kehendak pribadinya sendiri dan tanpa paksaan dari siapapun. Selain itu, semua aktivitas yang dilakukan harus sesuai dengan pembawaan pribadi masing-masing.

Seseorang yang memiliki minat, keinginan, dan kemauan menggunakan mobile banking untuk memenuhi sebagian kebutuhan perbankannya diartikan sebagai minat menggunakan mobile banking. Penelitian Dwityanti menunjukkan bahwa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur minat pada *mobile banking*, adalah sebagai berikut:

---

<sup>51</sup> Imam Yahya, Retnandi Meita Putri, “Pengaruh Perubahan Biaya Transaksi Kartu ATM (Anjungan Tunai Mandiri) Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah di *BRI Syariah* KC Semarang, Edisi 1, Vol. 7, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, hlm. 59.

<sup>52</sup> QS Al-Isra' ayat 84 <https://tafsirweb.com/4688-surat-al-isr'-ayat-84.html>, Diakses 24 Februari 2023

1. Minat Transaksional, yaitu kecenderungan individu ingin menggunakan suatu produk
2. Minat Referensial, yaitu kesediaan individu dalam merekomendasikan produk yang telah digunakan kepada orang lain
3. Minat Eksploratif, yaitu minat yang menunjukkan perilaku individu yang selalu mencari informasi tentang produk yang diminati<sup>53</sup>.

## 2.6 Kajian Pustaka

Kajian Pustaka berisi mengenai berbagai penelitian terdahulu yang relevan dengan judul pengarang. Penelitian terdahulu ini berfungsi sebagai bahan untuk mendukung penelitian dan memperkuat hasil analisis.

Pada penelitian Priestiani Putri Rahayu yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*” yang dilakukan pada tahun 2020, menggunakan data primer dengan kuesioner yang menghasilkan kesimpulan bahwa, persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking, persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking, persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking, dan persepsi kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Penelitian ini mempunyai persamaan dengan penulis yaitu sama sama meneliti minat penggunaan mobile banking dan sama sama menggunakan variabel persepsi kemudahan. Perbedaan penelitian ini dengan penulis terletak pada pertama, ketiga, dan keempat variabel X dan subjek penelitian.

Pada penelitian Ade Setiawan yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Mobile Banking di Tengah Pandemi Covid-19 pada Bank Syariah” yang dilakukan pada tahun 2022, menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk pengolahan datanya menggunakan alat SPSS yang menghasilkan kesimpulan bahwa persepsi manfaat, kepercayaan, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Penelitian ini mempunyai persamaan dengan penulis yaitu sama-sama menggunakan variabel persepsi manfaat dan sama-sama meneliti minat penggunaan

---

<sup>53</sup> Ledesman, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung). 2018.

mobile banking. Perbedaan penelitian ini dengan penulis terletak pada kedua variabel X, dan subjek penelitian.

Pada penelitian Arta Anggriani Hariati yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Mataram (Angkatan 2017-2018)” yang dilakukan pada tahun 2021, dengan menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda yang menghasilkan kesimpulan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan dan persepsi risiko berpengaruh negative dan signifikan. Persamaan penelitian dengan penulis yaitu sama sama menggunakan variabel persepsi kemudahan dan persepsi risiko dan sama sama meneliti minat penggunaan mobile banking. Perbedaannya penelitian ini dengan penulis yaitu pada subjek penelitian.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Marwa Farida Annur dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Generasi Millenials (Studi Kasus Pengguna Bank Syariah di Yogyakarta)” yang dilakukan pada tahun 2019 dimana penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan metode pengumpulan datanya menggunakan kuisioner dengan metode probability sampling menghasilkan kesimpulan bahwa persepsi kemudahan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking, sedangkan kepercayaan merek berpengaruh negative dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Sementara persepsi manfaat dan persepsi risiko tidak berpengaruh dan tidak signifikan. Persamaan penelitian dengan penulis yaitu sama sama meneliti minat penggunaan mobile banking dan sama sama menggunakan variabel persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan dan persepsi risiko. Perbedaannya terletak pada Subjek penelitian dan Teknik samplingnya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Mira Dira Darmah dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BRI Syariah KC Banda Aceh” yang dilakukan pada tahun 2022. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang menghasilkan kesimpulan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking, sedangkan persepsi risiko tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penulis yaitu sama sama menggunakan variabel persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko dan sama sama meneliti tentang minat penggunaan mobile banking. Perbedaannya terletak pada variabel X3, dan subjek penelitian.

Pada penelitian yang dilakukan Cut Nurul A'la dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech)” yang dilakukan pada tahun 2021. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan kuisioner dan Teknik samplingnya dengan metode random sampling dengan metode analisis regresi linier berganda yang menghasilkan kesimpulan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech*. Persamaan penelitian ini dengan penulis yaitu sama sama menggunakan variabel persepsi kemudahan. Perbedaan penelitian ini dengan penulis yaitu terletak pada variabel X2, X3, objek dan subjek penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Yulli Sumargo dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kesadaran Penuh Terhadap Sikap dan Minat untuk Menggunakan Mobile Banking Bank Maybank di Samarinda” yang dilakukan pada tahun 2021. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran kuisioner dengan menggunakan skala *likert* yang menghasilkan kesimpulan bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan dan kesadaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dan minat penggunaan mobile banking. Persamaan peneliti ini dengan penulis yaitu sama sama menggunakan variabel persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan dan sama sama meneliti minat penggunaan mobile banking. Perbedaan penelitian ini dengan penulis terletak pada variabel X3, penelitian ini menggunakan 2 variabel Y, dan subjek penelitiannya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ly Wani Siska dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan M-Banking BNI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Riau)” yang dilakukan pada tahun 2021. Dimana penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan metode pengumpulan datanya menggunakan kuisioner yang menghasilkan kesimpulan bahwa persepsi kepercayaan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking, sedangkan persepsi risiko tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking. Persamaan penelitian ini dengan penulis yaitu sama sama menggunakan variabel persepsi kemudahan dan persepsi risiko. Perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Zuliani dan Nisa Ayu Purwati dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah” yang dilakukan pada tahun 2021. Penelitian

ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan sampel purposive sampling yang menghasilkan kesimpulan bahwa persepsi kemudahan, persepsi keamanan, persepsi risiko, persepsi biaya, dan persepsi kepatuhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking, Persamaan penelitian ini dengan penulis adalah sama sama menggunakan variabel persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan minat penggunaan. Perbedaan penelitian ini dengan penulis yaitu terletak pada variabel X2, X4, X5 dan subjek penelitian.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Imas Oktavia Kartikasari dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking (Survey pada Pengguna MIB Mobile Bank Mandiri Cabang Slamet Riyadi Surakarta)” yang dilakukan pada tahun 2019. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan data primer melalui kuisisioner yang menghasilkan kesimpulan bahwa persepsi kegunaan, keamanan dan kepercayaan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking, sedangkan persepsi risiko dan kemudahan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan internet banking. Persamaan penelitian ini dengan penulis yaitu sama sama meneliti minat penggunaan dan sama sama menggunakan variabel persepsi kemudahan, dan persepsi risiko. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitian.

Berikut merupakan rangkuman tabel penelitian terdahulu :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Judul, dan Tahun	Variabel Penelitian	Hasil
1.	Priestiani Putri Rahayu (2020) “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persepsi Kegunaan (X1)</li> <li>- Persepsi Kemudahan (X2)</li> <li>- Persepsi Kepercayaan (X3)</li> <li>- Persepsi Kenyamanan (X4)</li> <li>- Minat penggunaan (Y)</li> </ul>	Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan

	Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> ” <sup>54</sup> .		
2.	Ade Setiawan (2022) “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Mobile Banking di Tengah Pandemi Covid-19 pada Bank Syariah” <sup>55</sup> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persepsi Manfaat (X1)</li> <li>- Kepercayaan (X2)</li> <li>- Kualitas Layanan (X3)</li> <li>- Minat Penggunaan (Y)</li> </ul>	Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan
3.	Arta Anggriani Hariati (2021) “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Mataram (Angkatan 2017-2018)” <sup>56</sup> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persepsi Kemudahan (X1)</li> <li>- Persepsi Risiko (X2)</li> <li>- Minat Penggunaan (Y)</li> </ul>	Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan dan Persepsi Risiko berpengaruh negatif dan signifikan
4.	Marwa Farida Annur (2019) “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Generasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persepsi Manfaat (X1)</li> <li>- Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)</li> <li>- Persepsi Risiko Privasi (X3)</li> </ul>	Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan dan Kepercayaan Merek berpengaruh

<sup>54</sup> Priestiani Putri Rahayu, “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*.”

<sup>55</sup> Ade Setiawan, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Mobile Banking di Tengah Pandemi Covid-19 pada Bank Syariah.”

<sup>56</sup> Arta Anggriani Hariati, “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Mataram (Angkatan 2017-2018).”

	Millenials (Studi Kasus Pengguna Bank Syariah di Yogyakarta) <sup>57</sup> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kepercayaan Merek (X4)</li> <li>- Citra Merek (X5)</li> <li>- Minat Penggunaan (Y)</li> </ul>	negatif dan signifikan. Sementara Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko Privasi tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan.
5.	Mira Dira Darmah (2022) “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BRI Syariah KC Banda Aceh” <sup>58</sup> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persepsi Manfaat (X1)</li> <li>- Persepsi Kemudahan (X2)</li> <li>- Persepsi Risiko (X3)</li> <li>- Kualitas Layanan (X4)</li> <li>- Minat Penggunaan (Y)</li> </ul>	Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan Signifikan sedangkan Persepsi Risiko tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan
6.	Cut Nurul A’la (2021) “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech)” <sup>59</sup> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)</li> <li>- Efektivitas (X2)</li> <li>- Risiko (X3)</li> <li>- Minat Penggunaan (Y)</li> </ul>	Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan

<sup>57</sup> Marwa Farida Annur, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Generasi Millenials (Studi Kasus Pengguna Bank Syariah di Yogyakarta).”

<sup>58</sup> Mira Dira Darmah, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BRI Syariah KC Banda Aceh.”

<sup>59</sup> Cut Nurul A’la, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech).”



7.	Yulli Sumargo (2021) “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kesadaran Penuh Terhadap Sikap dan Minat untuk Menggunakan Mobile Banking Bank Maybank di Samarinda” <sup>60</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persepsi Kemanfaatan (X1)</li> <li>- Persepsi Kemudahan (X2)</li> <li>- Kesadaran Penuh (X3)</li> <li>- Sikap (Y1)</li> <li>- Minat (Y2)</li> </ul>	Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan
8.	Ly Wani Siska (2021) “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan M-Banking BNI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Riau” <sup>61</sup> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persepsi Kemudahan (X1)</li> <li>- Persepsi Kepercayaan (X2)</li> <li>- Persepsi Risiko (X3)</li> </ul>	Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan sedangkan Persepsi Risiko tidak berpengaruh dan tidak signifikan.
9.	Zuliani dan Nisa Ayu Purwati (2021) “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)</li> <li>- Persepsi Keamanan (X2)</li> <li>- Persepsi Risiko (X3)</li> <li>- Persepsi Biaya (X4)</li> <li>- Persepsi Kepatuhan (X5)</li> </ul>	Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan, Persepsi Risiko, Persepsi Biaya, dan Persepsi Kepatuhan berpengaruh positif dan signifikan

<sup>60</sup> Yulli Sumargo, “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kesadaran Penuh Terhadap Sikap dan Minat untuk Menggunakan Mobile Banking Bank Maybank di Samarinda.”

<sup>61</sup> Ly Wani Siska, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan M-Banking BNI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Riau.”

	Banking Bank Syariah” <sup>62</sup>	- Minat Peanggunaan (Y)	
10.	Imas Oktavia Kartikasari (2019) “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking (Survey pada Pengguna MIB Mobile Bank Mandiri Cabang Slamet Riyadi Surakarta)” <sup>63</sup> .	- Persepsi Kegunaan(X1) - Persepsi kemudahan (X2) - Persepsi Keamanan (X3) - Persepsi Kepercayaan (X4) - Persepsi Risiko (X5) - Minat Penggunaan (Y)	Persepsi Kegunaan, Persepsi Keamanan dan Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan sedangkan Persepsi kemudahan dan Persepsi Risiko tidak berpengaruh dan tidak signifikan.

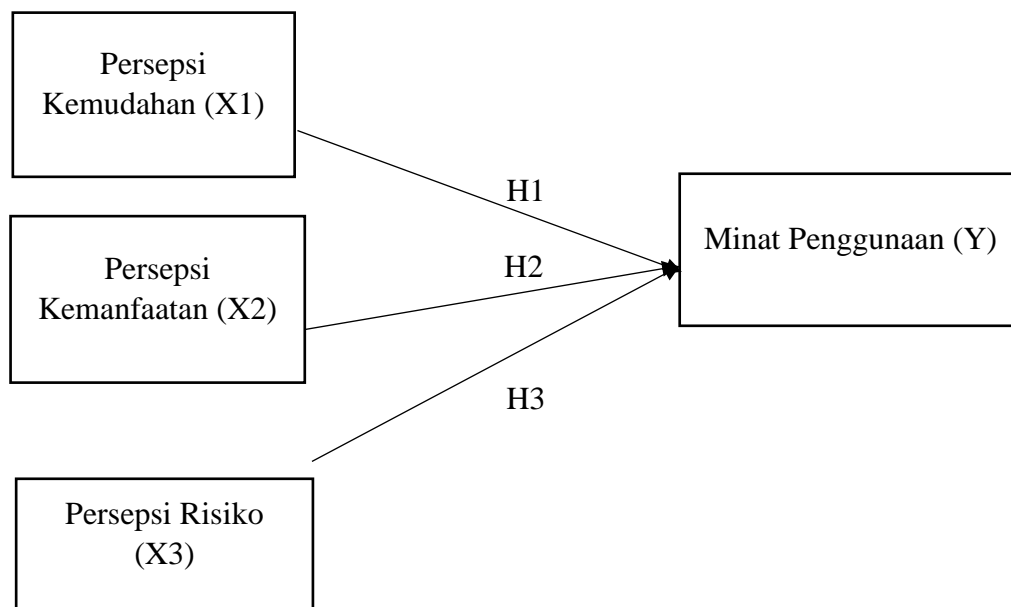
## 2.7 Kerangka Berpikir

Kerangka pikir dalam penelitian merupakan keterkaitan hubungan atau pengaruh antar variabel yang diteliti, yaitu variabel independent dan variabel dependen. Dimana variabel independennya terdiri dari Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kemanfaatan (X2) dan Persepsi Risiko (X3), dan variabel dependennya yaitu Minat Penggunaan (Y), apakah variabel independent dan dependen tersebut berpengaruh signifikan, maka dapat disusun kerangka pikir sebagai berikut:

<sup>62</sup> Zuliani dan Nisa Ayu Purwati, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah”, Jurnal , Serambi Konstruktivis, Vo;. 03, No. 4, Desember 2021.

<sup>63</sup> Imas Oktavia Kartikasari, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking (Survey pada Pengguna MIB Mobile Bank Mandiri Cabang Slamet Riyadi Surakarta).”

Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritik



## 2.8 Rumusan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang realitasnya harus diuji. Karena hipotesis didasarkan pada teori, tidak selalu pasti isinya akurat. Oleh karena itu, data empiris diperlukan untuk menentukan apakah jawaban yang ada dalam hipotesis itu masih relevan kebenarannya<sup>64</sup>. Perumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka berpikir, dan kerangka konseptual adalah landasan yang menjadi dasar hipotesis diajukan. Dalam penelitian berikut, perumusan hipotesisnya yaitu:

### 2.8.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI

Persepsi kemudahan memiliki peran yang penting yaitu dapat mempengaruhi atau menjadi tolak ukur individu dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Individu akan didorong untuk menerima dan juga mengadopsi sistem teknologi yang ada untuk penggunaannya jika dianggap mudah digunakan oleh individu. Jika teknologi itu mudah digunakan dan terhindar dari upaya yang keras maka orang akan berminat untuk menggunakan suatu sistem teknologi. Individu lebih cenderung menggunakan sistem informasi jika mereka percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan.

<sup>64</sup> M.Pd. Drs. Tjetjep Samsuri, "Kajian Teori, Kerangka Konsep Dan Hipotesis Dalam Penelitian", *KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEP DAN HIPOTESIS DALAM PENELITIAN*, 2003, 1-7.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Priestiani Putri Rahayu membuktikan bahwa salah satu variabel independent yaitu persepsi kemudahan, variabel ini berpengaruh secara positif pada minat menggunakan mobile banking. Selain itu, Arta Anggriani Hariati juga menyatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan mobile banking. Oleh karena itu, maka peneliti memformulasikan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* BSI.

### **2.8.2 Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI**

Persepsi kemanfaatan memiliki peran yang penting yaitu dapat mempengaruhi atau menjadi tolak ukur individu dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Ketika individu memilih menggunakan suatu teknologi itu mereka beranggapan jika sistem itu dapat membantu mereka dalam hal mendatangkan keuntungan dan efektivitas dalam menggunakannya maka individu berminat untuk menggunakan *mobile banking*. Semakin bermanfaat suatu teknologi itu maka semakin tinggi minat penggunaannya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ade Setiawan membuktikan bahwa salah satu variabel independent yaitu persepsi kemanfaatan berpengaruh secara positif pada minat menggunakan mobile banking. Selain itu, Mira Dira Darmah juga menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan mobile banking. Oleh karena itu, peneliti memformulasikan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* BSI.

### **2.8.3 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI.**

Persepsi risiko merupakan suatu hal yang penting yang harus dipikirkan sebelum melakukan keputusan penggunaan. Dengan berbagai pertimbangan apakah teknologi baru yang akan digunakan dianggap berisiko atau tidak. Individu tidak menginginkan risiko yang tinggi dalam menggunakan mobile banking. Jika risiko yang tinggi ditemukan atau dialami oleh individu dalam penggunaan *mobile banking*, maka akan mempengaruhi tingkat penurunan minat penggunaan *mobile*

*banking*. Namun apabila persepsi risiko rendah terhadap penggunaan *mobile banking*, maka individu tidak ragu-ragu dalam menentukan keputusan untuk berminat menggunakan *mobile banking*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Zuliani dan Nisa Ayu Purwati membuktikan bahwa salah satu variabel independent yaitu persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Selain itu, Arta Anggriani Hariati menyatakan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu, peneliti memformulasikan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* BSI.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian studi ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan (*field research*), atau penelitian yang dilakukan pada medan timbulnya gejala<sup>65</sup>. Akibatnya, kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data secara langsung untuk penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menekankan pada data numeric dan diolah menggunakan teknik statistik untuk pengolahan data. Berdasarkan apa yang terjadi, tujuan penelitian kuantitatif yang menggunakan format deskriptif adalah untuk menjelaskan dan meringkas berbagai kondisi, keadaan, atau variabel yang muncul pada diri mahasiswa yang menjadi objek penelitian. Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kemanfaatan (X2), dan Persepsi Risiko (X3) merupakan tiga variabel independen dalam penelitian kuantitatif ini, sedangkan Minat (Y) merupakan variabel dependen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari lebih lanjut bagaimana minat menggunakan layanan mobile banking BSI yang dipengaruhi oleh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, dan Persepsi Risiko. Peneliti ingin mengetahui seberapa besar ketertarikan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang akan menggunakan layanan mobile banking BSI dan seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan persepsi risiko yang mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan layanan BSI *Mobile Banking*.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi**

Populasi merupakan Area generalisasi populasi meliputi: objek atau subjek yang telah ditentukan oleh peneliti dalam hal kuantitas atau kekhususan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipahami dan kemudian menarik kesimpulan<sup>66</sup>. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2019–2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang berminat menggunakan layanan *mobile banking* BSI. Dimana mahasiswa Angkatan 2019 berjumlah 465 orang, angkatan 2020 berjumlah 361, angkatan 2021 berjumlah 575 dan angkatan 2022 berjumlah 678 orang<sup>67</sup>.

---

<sup>65</sup> M Iqbal Hasan, "Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya", (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2022).

<sup>66</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, 2019, Bandung : Alfabeta. h. 199.

<sup>67</sup> Data Isi Laporan Kantor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2023, n.d.

### 3.2.2 Sampel

Sampel adalah unsur dari beberapa karakteristik yang dimiliki pada populasi tersebut. Peneliti dapat menggunakan sampel yang diteliti dari populasi tersebut jika populasinya besar tetapi peneliti tidak dapat meneliti semuanya yang terdapat dalam populasi karena kendala seperti waktu, tenaga, atau anggaran. Jadi periset dapat memanfaatkan sampel yang ditelaah dari populasi itu. Temuan akan berlaku untuk populasi untuk apa yang dikaji dalam sampel. Akibatnya, sampel yang diperoleh pada populasi harus benar-benar representative (mewakili)<sup>68</sup>. Sampel dari penelitian ini adalah mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang yang berminat menggunakan layanan mobile banking BSI.

Karena sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang yang berminat menggunakan layanan mobile banking BSI, maka teknik yang digunakan adalah non random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel tidak secara acak. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, karena jumlah populasi yang tidak jelas atau tidak terbatas. Rumus Lemeshow sebagai berikut:

Penggunaan rumus Lemeshow yaitu:

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} P (1-P)}{d^2}$$

Dimana :

N = jumlah sampel

$Z^2_{(1-\alpha/2)}$  = derajat kepercayaan (95%,  $Z = 1,96$ )

P = maksimal estimasi (50% = 0,5)

d = alpha/besar toleransi kesalahan (10% = 0,1)

Untuk mengetahui jumlah sampel penelitian, maka menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} P (1-P)}{d^2}$$

---

<sup>68</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, 2019, Bandung : Alfabeta. h. 127.

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

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ Orang.}$$

Berdasarkan rumus di atas, terdapat 96,04 orang sampel yang dibulatkan menjadi 100 orang. 100 mahasiswa FEBI di UIN Walisongo Semarang dipilih sebagai responden penelitian ini.

### 3.3 Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Yang dimaksud dengan “data primer” adalah data yang sumbernya mulai dari hal-hal yang diperoleh langsung oleh peneliti (tanpa delegasi), baik dari orang-orang maupun perkumpulan. Oleh karena itu, data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti merupakan pengertian dari data primer.

Untuk memberikan jawaban atas pertanyaan peneliti pada penelitiannya, diperlukan data primer secara khusus<sup>69</sup>. Penulis mengumpulkan data primer dengan menggunakan Teknik pengumpulan data kuesioner (angket).

Tahapan dimana responden diberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab inilah yang menjadikan kuesioner sebagai metode pengumpulan data<sup>70</sup>. Penulis membagikan kuisisioner yang berisi pernyataan atau pertanyaan yang akan dijawab oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang berminat menggunakan layanan *mobile banking* BSI angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

#### 3.4.1 Kuesioner (angket)

Pengumpulan data bertujuan untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian<sup>71</sup>. Kuisisioner merupakan Teknik pengumpulan data dengan meminta responden untuk menanggapi pertanyaan atau pernyataan

<sup>69</sup> Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya, 2017, Jakarta:KENCANA. H. 132.

<sup>70</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, 2019, Bandung : Alfabeta. h. 199.

<sup>71</sup> Gulo, W., (2010), “Metode Penelitian”, Jakarta Pusat: PT. Gramedia Widia Sarana.



tertulis<sup>72</sup>. Google Form digunakan untuk membuat kuesioner secara online untuk penelitian ini, sehingga lebih mudah untuk dibagikan kepada responden.

Pertanyaan tertutup membuat responden akan lebih cepat merespon dan data dari seluruh kuesioner yang terkumpul akan lebih mudah dianalisis. Untuk mengukur pendapat responden peneliti menggunakan *skala likert*. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang peristiwa atau fenomena sosial yang telah ditentukan secara khusus oleh peneliti,” menurut Sudaryono.

Skala Likert digunakan untuk mengubah variabel-variabel yang perlu diukur menjadi sub-variabel yang selanjutnya subvariabel dijabarkan menjadi indikator yang dapat diukur. Akhirnya, indikator-indikator yang terukur dapat menjadi landasan dalam pembuatan item-item instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan yang harus ditanggapi oleh responden<sup>73</sup>. Untuk analisis kuantitatif, maka respons soal kuesioner dapat didistribusikan sebagai berikut:

- |                              |        |
|------------------------------|--------|
| a) Sangat Tidak Setuju (STS) | skor 1 |
| b) Tidak Setuju (TS)         | skor 2 |
| c) Netral (N)                | skor 3 |
| d) Setuju (S)                | skor 4 |
| e) Sangat Setuju (SS)        | skor 5 |

### 3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah karakteristik, nilai, atau simbol dari individu, objek, atau aktivitas yang telah mengalami modifikasi tertentu yang telah dikonfirmasi oleh pariset yang melakukan penelitian sebelum menarik kesimpulan tentang subjek tersebut. Variabel bebas (*independent*) dan terikat (*dependen*) merupakan variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

- a) Variabel *independent* atau variabel bebas

Variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain atau menjadi penyebab perubahan atau munculnya variabel dependen disebut variabel independen. Persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan persepsi risiko Penggunaan Layanan *Mobile Banking* BSI.

---

<sup>72</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, Bandung: Alfabeta. 2009

<sup>73</sup> Sudaryono, “Aplikasi Statistik Untuk Penelitian”, Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia. 2014.

b) Variabel *dependen* atau variabel terikat

Variabel yang dipengaruhi atau yang merupakan akibat dari variabel independent adalah variabel *dependen*. Dalam penelitian ini, variabel *dependen* atau variabel bebas yaitu Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BSI.

Tabel 3.1 Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator
Persepsi Kemudahan (X1)	Persepsi Kemudahan adalah anggapan tentang sejauh mana seseorang percaya bahwa sistem teknologi mudah digunakan, maka seseorang tersebut akan menggunakannya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ada anggapan mudah digunakan</li> <li>• Mudah dipelajari</li> <li>• Jelas dan mudah dimengerti</li> <li>• Mudah dioperasikan sesuai kebutuhan.<sup>74</sup></li> </ul>
Persepsi Kemanfaatan (X2)	Persepsi kemanfaatan merupakan suatu anggapan tentang sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem teknologi maka akan meningkatkan kinerja tertentu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Layanan mobile banking dianggap memiliki manfaat yang besar bagi pengguna</li> <li>• Pengguna merasa transaksi yang dilakukan dengan mobile banking sangat efektif</li> <li>• Pengguna mobile banking akan mendukung aktivitas pengguna perbankan</li> <li>• Penggunaan mobile banking mengefisienkan</li> </ul>

<sup>74</sup> Dyah Anggita Febrianti, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Online Pada Mahasiswa UST Yogyakarta Pengguna Zalora", *Jurnal Ekobis Dewantara*, Vol. 01, No. 11, November 2018, hlm. 12.

		proses transaksi perbankan. <sup>75</sup>
Persepsi Risiko (X3)	Persepsi risiko adalah suatu persepsi yang diberikan oleh konsumen terhadap ketidakpastian yang akan diterima dan konsekuensi yang akan dialami oleh konsumen setelah melakukan suatu kegiatan transaksional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ada Risiko tertentu</li> <li>• Mengalami kendala</li> <li>• Ada Anggapan bahwa produk tersebut berisiko<sup>76</sup></li> </ul>
Minat Menggunakan BSI Mobile (Y)	Minat adalah salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong melakukan sesuatu yang mereka inginkan untuk mencapai tujuan. Seseorang akan berminat menggunakannya apabila individu tersebut menilai sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minat Transaksional</li> <li>• Minat Referensial</li> <li>• Minat Eksploratif.<sup>77</sup></li> </ul>

<sup>75</sup> Sulastini & Warnika, " Aplikasi TAM, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan dalam Menjelaskan Niat Menggunakan Internet Banking", *E-journal Manajemen Universitas Udayana* (2014).

<sup>76</sup> Sulistiyo Seti Utami dan Berlianingsih Kusumawati, "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan E-Money", *Jurnal Balance*, Vol. 14, No. 2 (2017), h. 35.

<sup>77</sup> Ledesman, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung), (2018).

	mendatangkan kepuasan.	
--	---------------------------	--

### 3.6 Teknis Analisis Data

#### 3.6.1 Analisis Data Deskriptif

Penggunaan statistik deskriptif dalam analisis data dikenal dengan analisis data deskriptif. Statistik yang disebut statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data melalui langkah mendeskripsikan data yang telah digabungkan sebagaimana adanya<sup>78</sup>. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk melihat bagaimana tanggapan responden terhadap Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BSI.

#### 3.6.2 Uji Instrumen Data

Analisis data adalah proses pengumpulan informasi dari seluruh responden atau sumber data lain dalam penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dengan variabel-variabel serta jenis responden yang akan diuji, memberikan rincian untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan perkiraan untuk menguji hipotesis yang disajikan merupakan contoh kegiatan aktivitas analisis data<sup>79</sup>. Analisis data penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### a. Uji Validitas

Ghozali (2011) mengatakan bahwa validitas kuesioner digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuisisioner<sup>80</sup>. Jika kuesioner mampu mengukur variabel-variabel yang akan diukur dari variabel yang diteliti, maka dikatakan valid.

##### b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah pengukuran data yang dirancang untuk menyelidiki stabilitas dan konsistensi jawaban responden yang diajukan dalam bentuk kuesioner<sup>81</sup>. Kenyataannya, ungkapan “instrumen harus reliabel” yang

<sup>78</sup> Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R &D”, 2019, Bandung : Alfabeta h. 206.

<sup>79</sup> Ibid, h. 206.

<sup>80</sup> Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005).

<sup>81</sup> Tim Penyusun di Fakultas dan Manajemen, Modul Praktikum : Metode Riset Untuk Bisnis Dan Manajemen (Badan Penerbit Utama Universitas Widyatama, 2007).

mengacu pada kemampuan instrumen dalam menampilkan data yang reliabel atau dipercaya<sup>82</sup>.

Langkah *one shoot* atau satu kali saja. Setelah pengukuran dilakukan, mereka dibandingkan dengan hasil pertanyaan lain atau digunakan untuk mengukur hubungan antara pernyataan dan jawaban. SPSS menyediakan fasilitas untuk menakar reliabilitas dengan uji statistic Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Menurut (Nunzly, 1994), suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$ <sup>83</sup>.

### 3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Tujuan uji asumsi klasik adalah untuk menunjukkan dengan pasti apakah persamaan regresi yang diperoleh memiliki estimasi tetap atau tidak biasa. Dalam uji asumsi klasik ini, tiga di antaranya diuji, yaitu:

#### a. Uji Normalitas

Untuk memilih statistik yang benar, Uji Normalitas akan menentukan apakah data variabel bebas dan variabel terikat dalam persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak<sup>84</sup>. Kesimpulan untuk menentukan nilai signifikansi harus diperiksa untuk menentukan apakah data sesuai dengan distribusi normal, diantaranya:

- a) Jika signifikansinya  $> 0,05$  maka distribusinya normal
- b) Jika signifikansinya  $< 0,05$  maka variabel tersebut tidak berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas. Uji asumsi klasik ini cocok untuk analisis regresi berganda yang terdiri dari 2 (dua) atau lebih variabel bebas, dimana derajat pengaruh korelasi antar variabel bebas tersebut akan diukur dengan besar kecilnya koefisien korelasi. Uji multikorelasi dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan varian inflation factor (VIF), apabila nilai tolerance lebih tinggi dari 0,10 atau VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas tidak ada<sup>85</sup>.

---

<sup>82</sup> Suharsimin Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rieneka Cipta, 2010).

<sup>83</sup> Ibid, h. 46

<sup>84</sup> Slamet Riyanto, Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2012)

<sup>85</sup> Aisyah, E. N, "Statistik Infrensial Parametrik", Malang, Uiniversitas Negeri Malang, (2015).

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual dalam satu pengamatan dengan yang lain<sup>86</sup>. Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi adanya heteroskedastisitas. Untuk melihat terjadi heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik scatterplot pada nilai prediksi sumbu Y dengan nilai residual sumbu X. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut<sup>87</sup>:

#### 3.6.4 Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan sebagai metode analisis data dalam penelitian ini. karena variabel bebas lebih dari satu. Arah dan hubungan antara variabel dependen dan independen, serta apakah masing-masing variabel independen itu positif atau negatif, ditentukan dengan menggunakan teknik regresi linier berganda<sup>88</sup>. Berikut adalah cara fungsi menyatakan variabel independent yang berpengaruh terhadap variabel dependen sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Variabel Dependen (Minat Menggunakan Mobile Banking)

A : Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  : Koefisien Regresi

$X_1$  : Variabel Independen 1 (Persepsi Kemudahan)

$X_2$  : Variabel Independen 2 (Persepsi kemanfaatan)

$X_3$  : Variabel Independen 3 (Persepsi Risiko)

e : Standar Error

---

<sup>86</sup> Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS, 137.

<sup>87</sup> Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS.

<sup>88</sup> Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005).

### 3.6.5 Uji Hipotesis

#### a. Uji Signifikansi Parsial (T-test)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independent ( $X_1, X_2 \dots X_n$ ) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y)<sup>89</sup>. Uji Regresi Secara Parsial untuk menunjukkan apakah Variabel Persepsi Kemudahan (X1), Variabel Persepsi Kemanfaatan (X2), dan Variabel Persepsi Risiko (X3), secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen Minat penggunaan *Mobile Banking* (Y). Dengan hipotesis sebagai berikut:

- a.  $H_0 = \beta_1 = 0$  yang berarti tidak berpengaruh positif dan signifikan antara variabel independent (persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan persepsi risiko) terhadap variabel dependen (minat menggunakan layanan *mobile banking* BSI)
- b.  $H_a = \beta_1 \neq 0$  yang berarti terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara variabel independent (persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan persepsi risiko) terhadap variabel dependen (minat menggunakan layanan *mobile banking* BSI)

Uji t (Parsial) memerlukan t hitung dan t tabel dengan tingkat kepercayaannya sebesar 95% dan signifikan sebesar 5% atau 0,05. Berikut kriteria penakaran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- Jika t hitung lebih kecil t tabel maka  $H_0$  ditolak, disimpulkan masing-masing variabel Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kemanfaatan (X2), dan juga Persepsi Risiko (X3) tidak memberi pengaruh signifikan pada Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BSI (Y). Artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- Jika t hitung lebih besar t tabel maka  $H_0$  diterima, disimpulkan masing-masing variabel Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kemanfaatan (X2), dan juga Persepsi Risiko (X3) memberi pengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BSI (Y). Artinya  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

---

<sup>89</sup> Aisyah, E. N, "Statistik Infrensial Parametrik", Malang, Uiniversitas Negeri Malang, (2015).

### b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Merupakan suatu metode perhitungan yang digunakan untuk menguji hubungan smultan antara variabel bebas dan terikat. Ada 2 perhitungan dalam perhitungan uji F, yaitu uji F dan uji F-Hitung yang membandingkan uji F tabel. Dimana F tabel diperoleh dari F tabel berdasarkan derajat kebebasan (dk) dan alpha. Perhitungan uji F kedua menggunakan nilai F dan nilai signifikansi 5%.

Uji F Difungsikan untuk menguji pengaruh variabel independent (persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan persepsi risiko) terhadap variabel dependen (minat menggunakan layanan *mobile banking* BSI) secara bersama-sama (simultan).

- Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima yang artinya masing-masing variabel Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kemanfaatan (X2), dan Persepsi Risiko (X3) tidak memberi pengaruh signifikan pada Minat menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI.
- Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kemanfaatan (X2), dan Persepsi Risiko (X3) secara bersama-sama dengan variabel dependen (Minar Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BSI).

### c. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Uji ini bertujuan untuk mengetahui seberapa baik model dapat menjelaskan variabel terikat, koefisien determinan antara nol dan satu. Jikka nilai  $R^2$  rendah menunjukkan bahwa kapasitas variabel terikat sangat terbatas. Namun, jika nilai  $R^2$  mendekati 1, model tertentu dapat menjelaskan variabel independent dengan semua data yang tersedia<sup>90</sup>.

---

<sup>90</sup> Setia Ningsih and Hendra H. Dukalang, "Penerapan Metode Suksesif Interval Pada Analisis Regresi Linier Berganda", *Jambura Journal of Mathematic*, 1.1 (2019), 43-53.



## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Bank BSI**

Dalam ekosistem industri halal, bank syariah memainkan peran penting sebagai fasilitator dari semua kegiatan ekonomi. Sektor perbankan syariah di Indonesia sejauh ini telah mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang signifikan. Peningkatan layanan, inovasi produk, dan pengembangan jaringan menunjukkan pola yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, banyaknya aksi korporasi yang dilakukan oleh bank syariah juga mencerminkan dorongan untuk berakselerasi. Salah satunya adalah bank syariah yang dimiliki oleh bank-bank milik negara, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Tanggal 1 Februari 2021 yang sesuai dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H merupakan latar belakang sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu elemen yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Kekuatan ketiga bank syariah tersebut akan digabungkan dalam merger ini untuk memberikan layanan yang lebih komprehensif, cakupan yang lebih luas, dan peningkatan kapasitas permodalan. Bank Syariah Indonesia didorong untuk bersaing secara global berkat sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, dan BRI) dan komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN.

Ketiga bank syariah tersebut melakukan merger dalam upaya mewujudkan bank syariah yang menjadi kebanggaan masyarakat, memberikan energi baru bagi pembangunan ekonomi nasional, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Perbankan syariah yang modern, adaptif, dan bermanfaat bagi seluruh dunia (Rahmata Lil'Aalamiin) juga tercermin dalam keberadaan Bank Syariah Indonesia.

##### **4.1.2 Visi Misi Bank BSI**

Tiga bank Mandiri Syariah, BNI Syariah, dan BRI Syariah bergabung membentuk visi dan misi bank BSI Syariah.

a. Visi Bank BSI

TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK

b. Misi Bank BSI

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

2. Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025
3. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
4. Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)
5. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia
6. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja<sup>91</sup>.

#### **4.1.3 Identitas Perusahaan**

Nama : PT. Bank Syariah Indonesia  
Alamat : Kantor Pusat Gedung The Tower, Jl. Gatot Subroto No. 27  
Kelurahan Karet Semanggi, Kecamatan Setiabudi, Jakarta  
Selatan 12930  
Website : <https://www.bankbsi.co.id/>  
Telepon : 14040

#### **4.1.4 Logo Bank Syariah Indonesia**

Logo adalah identitas yang menggunakan gambar, kata, dan simbol untuk mendeskripsikan produk tertentu dan mempunyai filosofis dan kerangka dasar. Diharapkan dengan menggunakan logo, masyarakat dapat mengingat dan mengenali suatu produk tanpa terlebih dahulu membaca deskripsi prosuk terlebih dahulu. Logo Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut:

---

<sup>91</sup> Bank Syariah Indonesia, diakses 23 April 2023, <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>.

Gambar 4.1 Logo Bank Syariah Indonesia

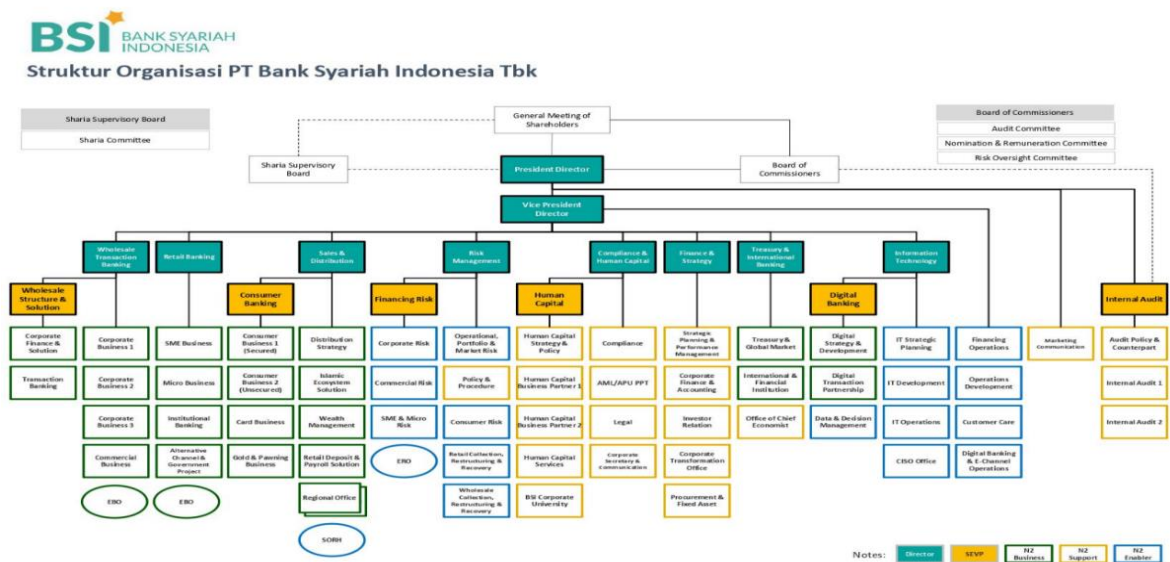


Sumber: <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>

Logo Bank Syariah Indonesia menampilkan kata "BSI" dibawahnya terdapat tulisan kata "Bank Syariah Indonesia" dan bintang kuning. Bintang kuning disini memiliki 5 sudut dengan memiliki arti 5 sila dalam pancasila dan 5 rukun islam.

#### 4.1.5 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia



Sumber : <https://www.bankbsi.co.id/ company-information/tentang-kami>

## 4.2 Deskripsi Dan Karakteristik Responden

Responden ini memiliki karakteristik yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo yang masih aktif dan memiliki kemungkinan untuk menggunakan layanan mobile banking. Selain itu, identitas responden yang meliputi jenis kelamin, angkatan, dan program studi masing-masing responden juga termasuk dalam karakteristik responden dalam penelitian ini. Hasil dari analisis tersebut telah disajikan dalam bentuk tabel di bawah ini:

### 4.2.1 Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase Responden
1	Laki-laki	36 orang	36 %
2	Perempuan	64 orang	64 %
	Total	100 orang	100 %

Sumber: Data primer diolah, 2023

Bedasarkan tabel diatas, diperoleh total keseluruhan responden sebanyak 100 orang, dimana 36 orang laki laki dengan presentase 36%, dan 64 orang perempuan dengan presentase 64%. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh perempuan.

### 4.2.2 Angkatan Responden

Tabel 4.2 Angkatan Responden

No	Angkatan	Jumlah	Presentase
1	2019	60 orang	60 %
2	2020	14 orang	14 %
3	2021	13 orang	13 %
4	2022	13 orang	13 %
	Total	100 orang	100 %

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dari tabel diatas terdapat 95 orang respon dengan total Angkatan 2019 sebanyak 60 Responden dengan presentase 60%, Angkatan 2020 sebanyak 14 responden dengan presentase 14%, Angkatan 2021 sebanyak 13 responden dengan presentase 13%. Angkatan 2022 sebanyak 13 responden dengan presentase 13%. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi mahasiswa Angkatan 2019.

### 4.2.3 Prodi Responden

Tabel 4.3 Prodi Responden

No	Prodi Responden	Jumlah	Presentase
1	S1 Perbankan Syariah	53 orang	53%
2	Akuntansi	13 orang	13%
3	Ekonomi Islam	18 orang	18%
4	Manajemen	16 orang	16%
	Total	100 orang	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dari tabel diatas terdapat data responden keseluruhan dengan jumlah 100 responden, terdapat 53 orang responden S1 Perbankan Syariah dengan presentase 53%, 13 responden dari Akuntansi dengan presentase 13%, 18 responden dari Ekonomi Islam dengan presentase 18%, 16 orang responden dari Manajemen dengan presentase 16%. Dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa S1 Perbankan Syariah.

## 4.3 Metode Analisis Data

### 4.3.1 Uji Instrumen Penelitian

#### 4.3.1.1 Uji Validitas

Validitas data diukur dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dengan kriteria pengujian apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan  $\alpha = 0,05$  maka dinyatakan valid, dan sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka dinyatakan tidak valid. Ui

validitas dengan 100 responden maka r tabelnya adalah 0,195. Berikut hasil perhitungan uji validitas menggunakan SPSS versi 25.

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan (X1)

No	Item	Taraf Kesalahan (A)	R tabel	Hasil		Keterangan
				Sig	R hitung	
1	X1.1	0,05	0,195	0,000	0,644	Valid
2	X1.2	0,05	0,195	0,000	0,727	Valid
3	X1.3	0,05	0,195	0,000	0,720	Valid
4	X1.4	0,05	0,195	0,000	0,728	Valid
5	X1.5	0,05	0,195	0,000	0,764	Valid
6	X1.6	0,05	0,195	0,000	0,773	Valid
7	X1.7	0,05	0,195	0,000	0,697	Valid
8	X1.8	0,05	0,195	0,000	0,690	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas yang merupakan hasil olah data dari uji validitas, dimana variabel persepsi kemudahan (X1) dinyatakan valid karena nilai signifikansinya kurang dari 5% atau 0,05 dngan  $R_{hitung} >$  dari nilai  $R_{tabel}$ . Dimana  $R_{tabel}$  dari 100 responden adalah 0,195. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan dinyatakan valid karena nilai  $R_{hitung} > R_{tabel}$ .

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemanfaatan (X2)

No	Item	Taraf Kesalahan (A)	R tabel	Hasil		Keterangan
				Sig	R hitung	
1	X2.1	0,05	0,195	0,000	0,676	Valid
2	X2.2	0,05	0,195	0,000	0,744	Valid
3	X2.3	0,05	0,195	0,000	0,697	Valid

4	X2.4	0,05	0,195	0,000	0,643	Valid
5	X2.5	0,05	0,195	0,000	0,721	Valid
6	X2.6	0,05	0,195	0,000	0,667	Valid
7	X2.7	0,05	0,195	0,000	0,707	Valid
8	X2.8	0,05	0,195	0,000	0,671	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas yang merupakan hasil olah data dari uji validitas, dimana variabel persepsi kemanfaatan (X2) dinyatakan valid karena nilai signifikansinya kurang dari 5% atau 0,05 dengan nilai  $R_{hitung} >$  dari nilai  $R_{tabel}$ . Dimana  $R_{tabel}$  dari 100 responden adalah 0,195. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Kemanfaatan (X2) dinyatakan valid karena nilai  $R_{hitung} > R_{tabel}$ .

Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko (X3)

No	Item	Taraf Kesalahan (A)	R tabel	Hasil		Keterangan
				Sig	R hitung	
1	X3.1	0,05	0,195	0,000	0,788	Valid
2	X3.2	0,05	0,195	0,000	0,801	Valid
3	X3.3	0,05	0,195	0,000	0,773	Valid
4	X3.4	0,05	0,195	0,000	0,734	Valid
5	X3.5	0,05	0,195	0,000	0,744	Valid
6	X3.6	0,05	0,195	0,000	0,771	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Tabel diatas merupakan hasil dari uji validitas, dimana variabel Persepsi Risiko (X3) dinyatakan valid karena nilai signifikansinya kurang dari 5% atau 0,05 dengan nilai  $R_{hitung} >$  dari nilai  $R_{tabel}$ . Dimana  $R_{tabel}$  dari 100 responden adalah 0,195. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Risiko (X3) dinyatakan valid karena nilai  $R_{hitung} > R_{tabel}$ .

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Minat (Y)

No	Item	Taraf Kesalahan (A)	R tabel	Hasil		Keterangan
				Sig	R hitung	
1	Y1.1	0,05	0,195	0,000	0,846	Valid
2	Y1.2	0,05	0,195	0,000	0,856	Valid
3	Y1.3	0,05	0,195	0,000	0,844	Valid
4	Y1.4	0,05	0,195	0,000	0,835	Valid

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Berdasar tabel diatas yang merupakan hasil dari uji validitas, dimana variabel Minat (Y) dinyatakan valid karena nilai signifikansinya kurang dari 5% atau 0,05 dengan nilai  $R_{hitung} >$  dari  $R_{tabel}$  dari 100 responden adalah 0,195. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Minat (Y) dinyatakan valid karena nilai  $R_{hitung} >$   $R_{tabel}$ .

#### 4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk melihat apakah kuisisioner penelitian tersebut bersifat realibel atau tidak. Kuisisioner dikatakan realibel apabila jawaban dari pertanyaan konsisten dari waktu ke waktu. Suatu variable dinyatakan konstruk bila memberikan nilai *Cronbach's Alpha*  $>$  0,60. Berikut adalah hasil uji reabilitas terhadap variable persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan persepsi risiko.

Tabel 4.8 Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach's Alpha	Critical Value	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	0,866	0,60	Realibel
Persepsi Kemanfaatan (X2)	0,844	0,60	Realibel
Persepsi Risiko (X3)	0,861	0,60	Realibel
Minat (Y)	0,868	0,60	Realibel

Sumber: Data Primer Diolah, 2023



Tabel diatas adalah hasil dari Uji Reabilitas, dimana hasil analisis diatas menunjukkan seluruh instrument dalam penelitian ini realibel/diterima. Terbukti dari nilai Cronbach's Alpha > nilai Critical Value yaitu variable X1= 0,866 > 0,60, variable X2= 0,844 > 0,60, variable X3= 0,861 > 0,60, dan variable Y= 0,868 > 0,60.

#### 4.3.2 Uji Asumsi Klasik

##### 4.3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variable bebas dan variable terikat dalam persamaan regresi yang diperoleh terdistribusi normal atau tidak normal. Uji simultan dan uji parsial membutuhkan data yang terdistribusi normal, dan jika asumsi ini tidak

terpenuhi maka uji statistic menjadi tidak valid. Uji normalitas yang digunakan yaitu uji Kolmogorov-smirnov dengan nilai signifikansinya adalah 0,05 atau 5%. Jika hasil uji statistik  $\geq 0,05$  maka dikatakan terdistribusi normal, dan sebaliknya jika hasil uji statistik  $< 0,05$  maka data tidak terdistribusi dengan normal. Berikut merupakan tabel dari hasil uji statistik:

Tabel 4.9 Uji Normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,03982369
Most Extreme Differences	Absolute	0,076
	Positive	0,059
	Negative	-0,076
Test Statistic		0,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.162 <sup>c</sup>

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dan dinyatakan valid. Hal tersebut dibuktikan bahwa nilai  $\alpha$  (Asymp. Sig) lebih besar dari nilai signifikansi, yaitu  $0,162 >$  dari  $0,05$  atau  $5\%$ .

#### 4.3.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolenieritas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui adanya korelasi antar variable independent, dimana model regresi yang baik itu yang tidak terjadi korelasi, jika terjadi korelasi antar variable maka terjadi multikolinearitas. Untuk mengetahui adanya multikolinieritas atau tidak dapat dilihat dari nila tolerans  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ . Dan sebaliknya jika nilai VIF  $\geq$  dari  $0,10$  maka terjadi multikolinearisme. Berikut hasil Uji Multikolinearitas:

Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,244	2,225		0,110	0,913		
	X1	0,243	0,077	0,361	3,136	0,002	0,423	2,367
	X2	0,252	0,084	0,352	3,000	0,003	0,405	2,466
	X3	-0,024	0,044	-0,043	-0,551	0,583	0,924	1,083

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian ini tidak terjadi gejala multikolenieritas karena semua variabel memiliki nilai tolerans  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10,00$ .

#### 4.3.2.3 Uji Heterokedasitas

Uji Heterokedasitisitas berfungsi untuk menguji apakah model regresi memiliki ketidaksamaan varians residual dari pengamatan satu dan yang lainnya. Oleh sebab itu, jika varian residual suatu penelitian tetap sama maka disebut homokedostisitas. Namun jika varians residual suatu penelitian berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Hasil uji ini dapat

diketahui dengan melihat nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedasitas. Berikut hasil uji heteroskedasitas

Tabel 4.11 Uji Heteroskedasitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.575	1.422		3.218	.002
	Persepsi Kemudahan	-.083	.049	-.256	-1.686	.095
	Persepsi Kemanfaatan	.006	.054	.018	.115	.908
	Persepsi Risiko	-.030	.028	-.109	-1.062	.291

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Pada tabel dia atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi X1 sebesar 0,095, X2 sebesar 0,908, dan X3 sebesar 0,0291. Dari ketiga variabel tersebut nilai signifikansinya > 0,05 sehingga tidak terjadi gejala heteroskedasitas.

### 4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya hubungan antara variabel independent terhadap variabel dependen. Dalam analisis regresi terdapat dua jenis hubungan antar variabel, yaitu hubungan positif dan hubungan negative. Hubungan dikatakan positif apabila kedua variabel bergerak dalam dua arah yang sama, sedangkan hubungan dikatakan negative jika kedua variabel bergerak dengan arah yang berlawanan.

Tabel 4.12 Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,244	2,225		0,110	0,913
	Persepsi Kemudahan (X1)	0,243	0,077	0,361	3,136	0,002
	Persepsi Kemanfaatan (X2)	0,252	0,084	0,352	3,000	0,003
	Persepsi Risiko (X3)	-0,024	0,044	-0,043	-0,551	0,583

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Pada tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi yang terbentuk sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + e$$

Y = Minat

$\alpha$  = Konstanta

X1 = Persepsi Kemudahan

X2 = Persepsi Kemanfaatan

X3 = Persepsi Risiko

e = Standar Error

$$Y = 0,244 + 0,243X_1 + 0,252X_2 + (-0,024)X_3 + e$$

Berdasarkan hasil diatas menunjukkan bahwa persepsi kemudahan (X1), persepsi kemanfaatan (X2), persepsi risiko (X3) dianggap konstan, maka nilai keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 0,244.

1. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) memiliki nilai positif sebesar 0,244. Tanda positif menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independent dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi persepsi kemudahan (X1), persepsi kemanfaatan (X2), dan persepsi risiko (X3) bernilai 0% atau tidak mengalami perubahan, maka nilai minat adalah 0,244 satuan.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel persepsi kemudahan (X1) yaitu sebesar 0,243. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (searah) antara variabel persepsi kemudahan dengan minat penggunaan. Hal ini berarti jika variabel persepsi kemudahan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka minat menggunakan mobile banking akan meningkat sebesar 0,243 satuan.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel persepsi kemanfaatan (X2) yaitu sebesar 0,252. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (searah) antara variabel persepsi kemanfaatan dengan minat penggunaan. Hal ini berarti jika variabel persepsi kemanfaatan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka minat menggunakan mobile banking akan meningkat sebesar 0,252 satuan.
4. Nilai koefisien regresi untuk variabel persepsi risiko (X3) yaitu sebesar -0,024. Nilai tersebut menunjukkan tidak berpengaruh antara variabel persepsi risiko dengan minat penggunaan. Hal ini berarti jika variabel persepsi persepsi risiko mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka minat penggunaan akan turun

sebesar -0,024 satuan. Dengan asumsi bahwa variabel independent lain dalam kondisi konstan.

#### 4.3.3.1 Uji F-test (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independent memengaruhi variabel dependen secara simultan. Hasil uji ini dapat dilihat dengan cara melihat nilai signifikansinya, jika nilai signifikansinya 0,05 maka variabel independent memberi pengaruh terhadap variabel dependen secara simultan. Berikut hasil uji F:

Tabel 4.13 Uji F-test (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	355,633	3	118,544	27,627	.000 <sup>b</sup>
	Residual	411,927	96	4,291		
	Total	767,560	99			

a. Dependent Variable: Minat (Y)

b. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko (X3), Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kemanfaatan (X2)

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

$$df = n - k = 100 - 3 = 97 \text{ (Mencari F Tabel)}$$

$$n = \text{Jumlah Responden}$$

$$k = \text{Jumlah Variabel X}$$

$$F_{\text{tabel}} = 2.698$$

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansinya  $0.000 < 0,05$  dengan nilai F hitung  $27,627 > F_{\text{tabel}} 2.698$  yang menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kemanfaatan (X2), Persepsi Risiko (X3) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan (Y).

### 4.3.3.2 Uji T-test (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Jika nilai signifikansinya  $< 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka variabel independent secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Dan sebaliknya jika nilai signifikansinya  $> 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji T.

Tabel 4.14 Uji T-test (Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,244	2,225		0,110	0,913
	Persepsi Kemudahan (X1)	0,243	0,077	0,361	3,136	0,002
	Persepsi Kemanfaatan (X2)	0,252	0,084	0,352	3,000	0,003
	Persepsi Risiko (X3)	-0,024	0,044	-0,043	-0,551	0,583

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

$$df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96 \text{ (Mencari } t \text{ tabel)}$$

$$n = \text{jumlah responden}$$

$$k = \text{jumlah variabel X}$$

$$T_{tabel} = 1.988$$

Dari gambar diatas memperoleh hasil sebagai berikut:

1. Variabel persepsi kemudahan (X1) memperoleh  $t_{hitung} 3,136 > t_{tabel} 1.988$  dan nilai signifikansinya 0,002 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan (X1) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Layanan Mobile Banking BSI (Y).

2. Variabel persepsi kemanfaatan (X2) memperoleh t hitung 3,000 > t tabel 1.988 dan nilai signifikansinya 0,003 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Kemanfaatan (X2) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Layanan Mobile Banking BSI (Y).
3. Variabel persepsi risiko (X3) memperoleh t hitung -0,551 < t tabel 1.988 dan nilai signifikansinya 0,583 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Risiko (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan Layanan Mobile Banking (Y).

#### 4.3.3.3 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinan merupakan ukuran yang menguji seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Semakin tinggi koefisien determinasi semakin tinggi juga kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada perubahan pada variabel terikatnya. Koefisien determinasi untuk mengukur berapa jauh kemampuan model didalam menerangkan variasi variabel dependen nilai koefisien determinasi. Banyaknya koefisien determinasi adalah 0 sampai 1. Semakin mendekati 0 maka semakin kecil pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen, sedangkan jika nilainya mendekati 1 maka semakin kuat dalam menerangkan variasi variabel terikat. Berikut hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.681 <sup>a</sup>	0,463	0,447	2,071

a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko (X3), Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kemanfaatan (X2)

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi atau R Squar adalah 0,463. Nilai R Square ini berasal dari

pengkuadratan nilai koefisien Korelasi atau R, yaitu  $0,681 \times 0,681 = 0,463$ . Besarnya angka R Square adalah 0,463 atau sama dengan 46,3%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel persepsi kemudahan (X1), persepsi kemanfaatan (X2), dan persepsi risiko (X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel minat penggunaan (Y) sebesar 46,3%. sedangkan sisanya ( $100\% - 46,3\% = 53,7\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel lain yang tidak diteliti.

#### **4.4 Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **4.4.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI**

Berdasarkan analisis uji hipotesis pertama, telah diketahui bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking BSI, artinya H1 diterima. Dengan bukti bahwa variabel persepsi kemudahan (X1) memperoleh t hitung  $3,136 > t$  tabel 1.988 dan nilai signifikansinya 0,002 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Rahayu (2020) dan Hariati (2021) bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Artinya, semakin yakin beranggapan bahwa aplikasi itu mudah digunakan, semakin banyak orang yang minat menggunakannya.

Hasil ini sesuai dengan Technology Acceptance Model (TAM) untuk menjelaskan persepsi kemudahan yang dapat memengaruhi orang dalam mengambil keputusan tentang penggunaan *mobile banking*. Technology Acceptance Model (TAM) melihat sikap orang tentang bagaimana menggunakan teknologi dan seberapa tertarik mereka mengadopsi fitur tertentu dari suatu inovasi teknologi. Kaitannya dengan persepsi kemudahan sikap seseorang terhadap penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh sejauh mana keyakinannya dalam menggunakan teknologi tersebut karena kemudahan penggunaannya yang dirasakan.

Berdasarkan penjelasan ini membawa kita pada kesimpulan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan dalam minat menggunakan layanan *mobile banking* BSI. Mahasiswa lebih cenderung menggunakan mobile banking



jika menurut mereka mudah digunakan. Semakin user-friendly aplikasi tersebut, semakin besar minat terhadap *mobile banking*.

#### **4.4.2 Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI**

Berdasarkan analisis uji hipotesis kedua, telah diketahui bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan artinya H2 diterima. Dengan bukti bahwa Variabel Persepsi Kemanfaatan (X2) memperoleh  $t$  hitung  $3,000 > t$  tabel  $1,988$  dan nilai signifikansinya  $0,003$  lebih kecil dari  $0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Setiawan (2022), Darmah (2022) bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan, artinya semakin banyak manfaat aplikasi itu maka semakin tinggi minat penggunaan.

Hasil penelitian ini mendukung teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan Davis (1989), yang berpendapat bahwa dalam hipotesis TAM berasumsi bahwa variabel manfaat yang dirasakan mempengaruhi pada pengakuan individu terhadap teknologi informasi. Dapat dilihat bahwa persepsi manfaat berkaitan dengan seberapa bermanfaat suatu teknologi bagi peningkatan efisiensi dan produktivitas penggunaannya. Hal ini dapat ditunjukkan dengan kemampuan seseorang untuk menggunakan dan mengoperasikan teknologi. Ada lebih banyak keuntungan menggunakan teknologi jika digunakan secara efektif; Inilah yang memberi pengguna banyak manfaat. Untuk lebih meningkatkan kinerja, terbukti bahwa persepsi manfaat terkait dengan produktivitas dan efektivitas. Jadi dengan asumsi nasabah merasa bahwa *mobile banking* memberikan keuntungan, akan ada kecenderungan untuk menggunakan layanan keuangan *mobile banking*.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan dalam minat menggunakan layanan *mobile banking* BSI. Mahasiswa lebih tertarik menggunakan *mobile banking* karena dirasakan manfaatnya. Semakin banyak keuntungan yang bisa didapat, semakin banyak orang yang ingin menggunakan *mobile banking*.

#### **4.4.3 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI**

Berdasarkan hasil analisis hipotesis ketiga, telah diketahui bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan sehingga H3 ditolak. Hal ini dibuktikan bahwa Variabel Persepsi Risiko (X3) memperoleh  $t$  hitung  $-0,551 > t$  tabel  $1,988$  dan nilai signifikansinya  $0,583$  lebih besar dari  $0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Siska (2021) dan Kartikasari (2019) bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan layanan. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa apabila tingkat risiko tinggi atau rendah tidak mempengaruhi minat menggunakan.

Sebelum seseorang mengambil suatu keputusan perlu memikirkan faktor penentu serta dampak kedepannya dari keputusan tersebut. Pada variabel persepsi risiko dalam penelitian ini faktor penentu yakni persepsi risiko belum mampu secara signifikan mempengaruhi minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2019-2022 dalam menggunakan mobile banking Bank Syariah Indonesia. Bank Syariah Indonesia menjadi salah satu Bank BUMN terbesar di Indonesia yang telah banyak dikenal oleh masyarakat. Persepsi risiko tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking Bank Syariah Indonesia karena variabel ini dianggap kurang efektif untuk menarik minat mahasiswa untuk menggunakan mobile banking Bank Syariah Indonesia<sup>92</sup>. Apalagi dengan melihat fakta bahwa Bank Syariah Indonesia merupakan bank syariah terbesar di Indonesia, masyarakat khususnya dalam penelitian ini adalah sudah mengetahui bagaimana mobile banking Bank Syariah Indonesia itu yang dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi mereka.

Hasil penelitian menyebutkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan mobile banking. Hal ini bisa terjadi karena mahasiswa sudah paham dalam menggunakan mobile banking dan mereka sudah tau pasti bahwa semakin tinggi persepsi risiko menimbulkan motivasi mahasiswa sebagai nasabah untuk menghindari penggunaan mobile banking dan

---

<sup>92</sup> Mira Dira Darmah, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BRI Syariah KC Banda Aceh", Skripsi, 2022.

mempertimbangkan alternatif lain<sup>93</sup>. Selain itu, tidak menutup kemungkinan bahwa mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam UIN Walisongo Semarang telah lalai dalam memperhitungkan faktor persepsi risiko dalam menggunakan mobile banking. Hal ini bisa jadi karena kecenderungan mahasiswa untuk mengabaikan persepsi risiko ketika sesuatu yang dipertaruhkan rendah atau bernilai sedikit. Namun, jika sesuatu sangat berharga bagi mereka atau dianggap sangat penting, mahasiswa akan melakukan segala daya dalam menekan persepsi risiko mereka untuk menghindari kesan bahwa ada risiko. Semakin tinggi persepsi risiko yang dipikirkan oleh mahasiswa dalam menggunakan mobile banking, maka semakin rendah minat mahasiswa dalam menggunakan mobile banking. Akibatnya, siswa sering mengabaikan risiko.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa minat mahasiswa terhadap mobile banking tidak dipengaruhi oleh persepsi risiko. Artinya, jika mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang memiliki persepsi risiko yang tinggi, mereka akan cenderung tidak menggunakan mobile banking.

---

<sup>93</sup> Mira Dira Darmah, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BRI Syariah KC Banda Aceh", Skripsi, 2022.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berikut adalah kesimpulan berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai Pengaruh Persepsi Kemudahan Persepsi Kemanfaatan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia, diantaranya:

1. Berdasarkan nilai koefisien regresi linier persepsi kemudahan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam penggunaan pada Layanan Mobile Banking BSI, diperoleh  $t$  hitung  $3,136 > t$  tabel  $1,988$  dan nilai signifikansinya  $0,002$  lebih kecil dari  $0,05$ . Hasil pengujian hipotesis menunjukkan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam menggunakan layanan mobile banking Bank Syariah Indonesia, maka  $H_1$  diterima. Artinya semakin tinggi tingkat persepsi kemudahan seseorang,, maka semakin tinggi minat mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam menggunakan Layanan *Mobile Banking* BSI begitu pula sebaliknya.
2. Berdasarkan nilai koefisien regresi linier persepsi kemanfaatan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam penggunaan Layanan Mobile Banking BSI, diperoleh  $t$  hitung  $3,000 > t$  tabel  $1,988$  dan nilai signifikansinya  $0,003$  lebih kecil dari  $0,05$ . Hasil pengujian hipotesis menunjukkan persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia, maka  $H_2$  diterima. Artinya semakin tinggi tingkat persepsi kemanfaatan seseorang, maka semakin tinggi minat mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam menggunakan Layanan *Mobile Banking* BSI begitu pula sebaliknya.
3. Berdasarkan nilai koefisien regresi linier persepsi risiko terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Walisongi Semarang dalam penggunaan Layanan Mobile Banking BSI, diperoleh  $t$  hitung  $-0,551 < t$  tabel  $1,988$  dan nilai signifikansinya  $0,583$  lebih besar dari  $0,05$ . Hasil pengujian hipotesis menunjukkan persepsi risiko tidak berpengaruh positif dan tidk signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia, maka  $H_3$  ditolak. Artinya semakin tinggi tingkat persepsi risiko seseorang, maka semakin rendah seseorang menggunakan layanan Mobile Banking BSI begitu pula sebaliknya.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti masih belum dikatakan sempurna dalam melakukan penelitian ini, seperti yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian ini terbatas yaitu hanya menggunakan variabel persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan persepsi risiko saja. Nilai R square yang diperoleh yaitu sebesar 0,463 atau 46,3%. Artinya variabel persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan persepsi risiko memiliki pengaruh 46,3% saja, sehingga nilai tersebut masih relative rendah terhadap minat penggunaan, sisanya 53,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dipergunakan pada penelitian ini.
2. Terdapat keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner karena jawaban yang diberikan terkadang tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

## 5.3 Saran

Sesuai dengan kesimpulan dan adanya keterbatasan penelitian, maka penulis memberikan beberapa saran yaitu:

1. Untuk Bank Syariah Indonesia

Sistem kinerja mobile banking diharapkan dapat ditingkatkan oleh Bank Syariah Indonesia, sehingga *mobile banking* lebih mudah digunakan di masa mendatang. Kesulitan pelanggan dalam melakukan transaksi dapat diatasi dengan pembaruan layanan. Selain itu, bank diharapkan untuk menambahkan fitur-fitur yang menguntungkan nasabahnya dan membatasi terjadinya risiko yang akan diterima sehingga minat dalam penggunaan *mobile banking* akan meningkat.

2. Untuk Penelitian Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk penelitian selanjutnya untuk menambah dan mengembangkan variabel. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel yang baru dan belum pernah digunakan pada penelitian sebelumnya, agar bermanfaat bagi orang-orang yang berminat menggunakan layanan mobile banking BSI. Selain itu, peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat memasukkan tingkat generalisasi populasi yang lebih tinggi dalam lingkup objek penelitian mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, E. N, “Statistik Infrensial Parametrik”, Malang, Uiniversitas Negeri Malang, (2015).
- A’la, Cut Nurul, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech).” Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2021.
- Amalia, Farah, Ana Zahrotun Nihayah, dan Nur Aini Fitriya Ardiani Aniqoh, “Peran Industri Perbankan Digital Terhadap Perilaku Konsumen di Masa Covid-19”, *Jurnal Pemasaran Digital dan Industri Halal*, Vol. 4, No. 2 (2022) 75-88).
- Amora, Ivone Fradia, dan Supriyanto, “Analisis Kualitas Layanan Saluran Elektronik tentang Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Selama Covid-19 Pandemi”, *AL-ARBAH: Jurnal Keuangan dan Perbankan Islam*, Vol. 3, No. 2 (2021).
- Annur, Marwa Farida, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Generasi Millenials (Studi Kasus Pengguna Bank Syariah di Yogyakarta.” 2019.
- Arikunto, Suharsimin, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rieneka Cipta, 2010).
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, 2017, Jakarta:KENCANA. H. 132.
- Darmah, Mira Dira, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BRI Syariah KC Banda Aceh”, Skripsi, 2022.
- Data Isi Laporan Kantor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2023, n.d.
- Data pengguna internet di Indonesia  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022> diakses tanggal 30 November 2022.
- Drs. Tjetjep Samsuri, M.Pd, “Kajian Teori, Kerangka Konsep Dan Hipotesis Dalam enelitian”, *KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEP DAN HIPOTESIS DALAM PENELITIAN*, 2003, 1-7.
- Fatmawati, Endang, “Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan”, *Jurnal Iqra’*, Vol. 09, No. 01 . Mei 2015. h. 8.
- Febrianti, Dyah Anggita, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Online Pada Mahasiswa UST Yogyakarta Pengguna Zalora”, *Jurnal Ekobis Dewantara*, Vol. 01, No. 11, November 2018, hlm. 12.

- Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. 9 ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- . Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23. 8 ed. Semarang: Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Gulo, W., (2010), “Metode Penelitian”, Jakarta Pusat: PT. Gramedia Widia Sarana.
- Habibi, Muhammad, “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah”, Jurnal Ekonomi.
- Hariati, Arta Anggriani, “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Mataram (Angkatan 2017-2018).” Universitas Islam Negeri Mataram, 2021.
- Hasan, M Iqbal, “Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya”, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2022).
- Hidayah, Nurul, Mila Fursiana Salma Musfiroh, Titik Hinawati, dan Heri Purwanto, “Strategi Pemasaran Wadiah Mudah Menabung Produk BSI Di Era Industri 4.0”, *AL-ARBAH: Jurnal Keuangan dan Perbankan Islam*, Vol. 3, No. 2 (2021).
- Imsar, Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pakaian Bekas (Monza) Pasar Melati Medan, Laporan Penelitian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, 2016. H. 8.
- Iskandarwasid, dan Dadang Sunendar, Strategi Pembelajaran Bahasa, Bandung Rosda, Cet. Ke-3, 2011, h. 8.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011, hlm. 29.
- Indonesia, Bank Syariah, diakses 23 April 2023, <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>.
- Jogiyanto, “Sistem Teknologi Keprilakuan”, Yogyakarta: Andipres, (2007).
- Kartikasari, Imas Oktavia, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking (Survey pada Pengguna MIB Mobile Bank Mandiri Cabang Slamet Riyadi Surakarta).” 2019.
- Kurniasari, Prinka, dan Swasta Priambada, Analisis Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Pengguna Aplikasi Transportasi Online Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Volume 58, No. 2. Mei 2018. H. 132.

- Kusuma, H., dan Susilowati, D., (2007), “Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Jogjakarta”, *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, Vol. 11, No. 02.
- Ledesman, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung). 2018.
- Manajemen, Tim Penyusun di Fakultas, Modul Praktikum : Metode Riset Untuk Bisnis Dan Manajemen (Badan Penerbit Utama Universitas Widyatama, 2007).
- Mutia, Cindy, “Pengguna Internet di Indonesia Awal Tahun 2022”, [databoks.kadata.co.id](https://databoks.kadata.co.id), Databoks.Kadata.Co.id (blog), February 2022, <https://databoks.kadata.co.id/datapublish/2022/03/ada-204-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>.
- Ningsih, Setia, dan Hendra H. Dukalang, “Penerapan Metode Suksesif Interval Pada Analisis Regresi Linier Berganda”, *Jambura Journal of Mathematic*, 1.1 (2019), 43-53.
- Nurhayati, Fatmasaris Sukesti, “Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Melalui Peningkatan Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah dengan Variabel Religiusitas sebagai Variabel Moderating (Studi pada Bank Syariah di Kota Semarang)”, Vol. 77 Edisi 2, *Jurnal Economica* 2016, hlm. 142.
- OJK, *Bijak ber-Electronic banking*, Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, (2015).
- QS Al-Insyirah ayat 5-6 <https://tafsirweb.com/37702-surat-al-insyirah-ayat-5-6.html>, Diakses 24 Februari 2023.
- QS Al-Isra’ ayat 84 <https://tafsirweb.com/4688-surat-al-isr-ayat-84.html>, Diakses 24 Februari 2023.
- Rahayu, Imam Sugih, Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Accepting Model (TAM) (Studi Kasus PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* Volume 5, No. 2. Desember 2015. H. 139-140.
- Rahayu, Priestiani Putri, “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking,” Skripsi, 2019.
- Rahim, Hamidah, “Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Transaksi Penggunaan Paytren Pada PT. Veritra Santosa Internasional”, *Jurnal EKOBISTEK* Fakultas Ekonomi, Vol. 6, No. 2, Oktober 2017, hlm. 276.



- Rithmaya, C. L, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah BCA Dalam Menggunakan Internet Banking”, *Journal Of Research In Economics and Management*, Vol. 16, No. 01, (2016). hlm. 60.
- Riyanto, Slamet, dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2012).
- Setiawan, Ade, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Mobile Banking di Tengah Pandemi Covid-19 pada Bank Syariah.” Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2022.
- Sudaryono, “Aplikasi Statistik Untuk Penelitian”, Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia. 2014.
- Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R &D”, 2019, Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta. 2009.
- Siska, Ly Wani, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan M-Banking BNI (Studi kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Riau)”, Skripsi, 2021.
- Sulastini, dan Warnika, “ Aplikasi TAM, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan dalam Menjelaskan Niat Menggunakan Internet Banking”, *E-journal Manajemen Universitas Udayana* (2014).
- Sumargo, Yulli, “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kesadaran Penuh Terhadap Sikap dan Minat untuk Menggunakan Mobile Banking Bank Maybank di Samarinda.” Universitas Mulawarman Samarinda, 2021.
- Suwarman, Ujang, *Riset Pemasaran Dan Konsumen* (Bogor: PT Penerbit IPB Pers, 2011).
- Syahril, Wahyuni Nur, “Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) Dalam Menganalisis Minat Perilaku Mahasiswa Universitas TELKOM, *Jurnal Mitra Manajemen*, Vol. 3, No. 2, Februari 2019, hlm. 206-207.
- Taylor, S. a., dan Baker, T. l., (1994), “An Assessment of the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumer’s Purchase Intentios”, *Journal of Retailing*, Vol. 70, No. 02, h. 163-178.
- Tirtana, Irwan, dan Shinta Permata Sari, “Analisis Pengaruh Presepsi Kebermanfaatan, Presepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking”, Seminar Nasional Dan Call Of Paper, Program Studi Akuntansi-FEB UMS. 25 Juni 2014, h. 675.
- Utami, Sulistiyo Seti, dan Berlianingsih Kusumawati, “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan E-Money”, *Jurnal Balance*, Vol. 14, No. 2 (2017), h. 35.
- Wahyudiono, “Implikasi Pengguna Internet Terhadap Partisipasi Sosial Di Jawa Timur”, *BPSDMP Kominfo Surabaya*, Vol. 08, No. 02, (November 2019), halm. 63-68.

- Yahya, Imam, dan Retnandi Meita Putri, “Pengaruh Perubahan Biaya Transaksi Kartu ATM (Anjungan Tunai Mandiri) Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah di *BRISyariah* KC Semarang, Edisi 1, Vol. 7, *Economica: Jurnall Ekonomi Islam*, hlm. 59.
- Yuningrum, Heny, dan Muyassarah, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Trust In Customer Satisfaction (Studi Kasus di Bank BRI Syariah KCP Kendal”, *AL-ARBAH; Jurnal Keuangan dan Perbankan Islam*, Vol. 2, No. 2 (2020).
- Zuliani dan Nisa Ayu Purwati , “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah”, *Jurnal , Serambi Konstruktivis*, Vo;. 03, No. 4, Desember 2021.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### *Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian*

#### KUISISIONER PENELITIAN

Pengantar

Kepada Saudara/i

Responden

Di Tempat

Dengan hormat, dalam rangka penyelesaian tugas akhir atau skripsi yang sedang dilakukan di Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, maka saya Novi Astriningrum (1905036132) bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S.1) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)”. Sehubungan dengan hal tersebut, saya sangat mengharapkan kesediaan Saudara/I untuk meluangkan waktunya sejenak untuk mengisi beberapa pernyataan pada kuisisioner ini secara lengkap dan benar.

Kriteria Responden:

- Mahasiswa/i aktif UIN Walisongo Semarang
- Mahasiswa/i FEBI Angkatan 2019, 2020, 2021, 2022
- Mahasiswa/i FEBI UIN Walisongo Semarang yang berminat menggunakan mobile banking BSI

Atas perhatian dan kerja samanya, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya

Novi Astriningrum

#### **I. Identitas Responden**

1. E-mail :
2. Nama Lengkap :
3. NIM :
4. Jenis Kelamin :

5. Mahasiswa/i Angkatan
  - a. 2019
  - b. 2020
  - c. 2021
  - d. 2022
6. Program Studi
  - a. S1 Perbankan Syariah
  - b. Akuntansi Syariah
  - c. Ekonomi Islam
  - d. Manajemen

## II. Petunjuk Pengisian

1. Berilah tanda silang (x) pada kolom yang tersedia sebagai jawaban yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya atas pernyataan tersebut!
2. Ada 5 (lima) pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan, yaitu:

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

### Daftar Pernyataan Variabel Persepsi Kemudahan (X1)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa aplikasi BSI Mobile mudah digunakan					
2	Saya merasa BSI Mobile adalah suatu sistem yang tidak rumit					

3	Saya merasa saat menggunakan layanan BSI Mobile dapat dengan mudah dipelajari					
4	Saya merasa dapat menguasai BSI Mobile dengan waktu yang singkat					
5	Saya merasa saat menggunakan layanan BSI Mobile memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti					
6	Saya merasa layanan aplikasi BSI Mobile dapat dengan mudah dikuasai					
7	Saya merasa dapat menggunakan BSI Mobile kapanpun dan dimanapun sesuai kebutuhan saya					
8	Menurut saya instruksi di dalam sistem BSI Mobile dapat dimengerti dengan mudah					

**Daftar Pertanyaan Variabel Persepsi Kemanfaatan (X2)**

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa BSI Mobile memiliki manfaat yang besar					
2	Saya merasa pengguna BSI Mobile memiliki manfaat yaitu dapat membayar tagihan dengan mudah tanpa mengganggu aktivitas					
3	Saya merasa transaksi yang dilakukan dengan BSI Mobile sangat tepat					

4	Saya merasa menggunakan BSI Mobile dapat mengefisiensi waktu, karena tidak perlu pergi ke ATM ataupun ke kantor Bank					
5	Saya merasa aplikasi BSI Mobile akan mendukung aktivitas perbankan saya					
6	Saya merasa dengan menggunakan BSI Mobile dapat menambah pencapaian dalam pekerjaan					
7	Saya merasa penggunaan BSI Mobile akan memaksimalkan proses transaksi perbankan yang saya lakukan					
8	Saya merasa dengan menggunakan BSI Mobile mudah memantau dan mengakses serta mengetahui informasi saldo rekening 24 jam					

### Daftar Pernyataan Variabel Persepsi Risiko (X3)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa ada risiko tertentu yang harus saya tanggung dalam menggunakan BSI Mobile					
2	Secara keseluruhan, dari berbagai pertimbangan saya, saya merasa bertransaksi menggunakan BSI Mobile tidak dapat terhindar dari risiko					
3	Saya merasa adanya kerugian jika melakukan transaksi menggunakan BSI Mobile					
4	Saya merasa bertransaksi menggunakan BSI Mobile memiliki risiko yang tinggi					

5	Saya merasa menggunakan BSI Mobile menimbulkan permasalahan yang tidak terduga					
6	Saya merasa ada risiko tertentu yang harus saya tanggung dalam menggunakan BSI Mobile					

### Daftar Pertanyaan Variabel Minat (Y)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya berkeinginan untuk menggunakan BSI Mobile					
2	Saya tertarik untuk menggunakan BSI Mobile karena bermanfaat bagi saya					
3	saya merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan BSI mobile					
4	saya tertarik untuk menggunakan layanan BSI mobile setelah mendapatkan informasi dari teman atau kerabat					

#### Lampiran 2 Tabulasi Data

##### 1. Variabel Persepsi Kemudahan (X1)

Persepsi Kemudahan (X1)									
Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total_X1
1	4	4	4	5	4	4	5	4	34
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	5	5	5	5	5	5	5	39
4	4	4	4	4	4	5	4	4	34

5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	5	4	5	5	4	4	5	5	36
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	5	4	4	3	4	3	4	4	31
11	5	4	4	4	4	4	5	5	34
12	4	4	3	4	4	4	4	4	31
13	5	4	4	4	4	4	4	4	33
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	5	5	5	5	5	5	5	5	40
16	4	4	5	5	4	5	5	5	36
17	4	4	4	3	3	3	5	5	29
18	4	4	5	5	4	4	5	5	36
19	4	4	4	4	4	4	5	5	33
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	5	4	4	4	4	4	4	4	33
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	3	3	4	4	3	3	3	3	26
24	5	4	4	4	4	5	3	4	33
25	4	3	4	3	5	4	2	3	28
26	5	5	4	4	4	4	3	1	30
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	3	5	5	5	5	5	4	3	35



29	5	4	4	3	3	3	5	3	30
30	5	4	4	3	3	4	4	3	30
31	5	5	3	5	3	3	4	3	31
32	5	4	4	4	4	4	5	4	34
33	4	5	5	4	5	5	3	4	35
34	4	4	3	4	3	4	4	4	30
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	4	4	4	4	4	5	5	4	34
37	4	5	4	4	4	4	4	4	33
38	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
40	3	3	3	3	3	3	3	3	24
41	3	3	3	4	4	4	4	4	29
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	4	5	4	5	5	5	5	4	37
44	4	5	4	5	4	4	5	5	36
45	5	4	4	4	4	4	5	4	34
46	3	3	4	4	4	4	4	4	30
47	3	3	4	4	3	4	3	3	27
48	2	2	2	2	2	2	3	3	18
49	4	4	5	5	4	5	4	4	35
50	5	3	5	4	3	3	4	3	30
51	3	3	3	3	3	4	4	4	27
52	4	4	4	3	3	3	4	5	30

53	4	4	4	4	4	4	5	4	33
54	4	3	4	4	5	4	4	3	31
55	5	4	4	5	5	5	4	4	36
56	4	3	4	4	3	3	3	3	27
57	4	4	4	3	4	3	4	3	29
58	5	4	4	3	4	5	4	4	33
59	5	5	4	4	5	5	4	4	36
60	5	4	4	4	5	4	5	4	35
61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	4	3	3	3	3	3	3	3	25
64	4	4	4	4	4	4	4	4	32
65	4	3	4	3	4	4	4	3	29
66	4	4	4	4	4	4	4	4	32
67	5	1	5	4	4	4	5	4	32
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	5	5	4	4	4	4	5	5	36
70	4	4	4	4	4	4	4	4	32
71	5	4	4	5	4	5	5	5	37
72	4	4	5	3	4	3	4	4	31
73	4	4	5	5	5	5	5	5	38
74	5	4	4	4	5	5	5	5	37
75	4	4	5	4	5	5	4	5	36
76	3	3	3	3	3	3	3	3	24

77	4	3	5	4	4	5	5	5	35
78	3	3	3	4	4	4	3	4	28
79	4	4	5	3	5	4	4	5	34
80	4	4	4	3	5	5	5	4	34
81	5	5	5	4	4	4	5	3	35
82	4	4	5	3	5	5	5	4	35
83	4	4	4	5	5	5	4	3	34
84	5	5	5	4	4	4	5	4	36
85	4	4	5	5	4	4	5	5	36
86	4	4	4	3	5	5	5	4	34
87	5	5	5	5	4	4	4	4	36
88	4	4	3	5	5	5	4	5	35
89	4	5	4	5	4	5	4	5	36
90	5	5	4	4	5	5	4	4	36
91	4	4	4	5	5	5	5	4	36
92	3	3	3	3	3	3	3	3	24
93	4	4	4	5	5	3	4	3	32
94	5	4	5	4	4	5	3	4	33
95	4	5	5	4	4	5	5	4	36
96	4	5	5	4	4	5	3	4	34
97	5	5	5	5	4	4	4	4	36
98	5	5	5	4	4	4	5	4	36
99	4	4	4	5	5	4	5	5	36
100	5	5	5	5	5	5	5	5	40

## 2. Variabel Persepsi Kemanfaatan (X2)

Persepsi Kemanfaatan (X2)									
Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total_X2
1	5	5	4	5	4	4	4	5	36
2	5	5	5	5	4	4	4	5	37
3	5	5	5	5	5	4	5	5	40
4	4	4	5	5	4	5	4	5	36
5	3	3	3	5	5	3	4	5	31
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	4	4	4	4	4	5	5	5	35
8	4	3	4	4	4	4	4	4	31
9	5	5	4	5	5	4	5	5	38
10	4	4	3	3	4	5	5	4	32
11	5	5	5	5	5	4	5	4	38
12	4	3	3	5	4	3	4	4	30
13	4	4	4	4	4	3	4	4	31
14	4	4	4	5	5	4	4	5	35
15	4	4	3	5	5	3	5	5	34
16	4	5	5	5	4	4	4	5	36
17	4	4	4	5	4	3	3	5	32
18	4	4	5	5	5	5	5	4	37
19	4	5	4	5	4	4	4	5	35
20	4	4	4	4	5	4	4	4	33
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32

22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	4	3	4	4	5	4	3	4	31
24	4	4	5	5	4	4	4	5	35
25	4	4	4	5	3	2	4	5	31
26	3	3	4	3	3	3	3	3	25
27	5	5	4	5	5	4	5	5	38
28	4	5	3	4	5	5	4	4	34
29	4	3	3	3	3	3	3	4	26
30	5	3	4	5	5	4	3	4	33
31	5	4	4	5	4	4	4	5	35
32	4	5	4	5	4	3	4	5	34
33	3	5	4	5	5	4	4	3	33
34	3	4	4	5	4	4	4	5	33
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	4	5	4	4	4	4	4	4	33
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32
38	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
40	3	3	3	3	3	3	3	3	24
41	5	5	5	3	3	3	4	4	32
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	4	4	5	5	5	4	5	5	37
44	4	5	5	5	5	4	4	5	37
45	3	3	3	3	3	3	3	3	24

46	3	4	3	5	4	3	4	4	30
47	4	4	4	4	3	3	4	3	29
48	4	2	3	4	3	3	3	3	25
49	4	5	5	5	5	5	4	4	37
50	5	4	5	4	4	3	4	5	34
51	3	3	3	4	4	4	4	4	29
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	4	4	4	5	4	4	4	4	33
54	4	5	5	4	5	5	4	4	36
55	4	5	3	5	4	3	4	4	32
56	3	3	3	3	4	3	3	3	24
57	4	4	4	4	4	4	4	4	32
58	5	4	4	5	5	5	5	4	37
59	4	4	4	5	5	5	4	4	35
60	3	5	3	4	4	4	5	5	33
61	4	4	4	4	4	3	3	4	30
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	3	3	3	3	3	3	3	3	24
64	4	4	4	4	4	4	4	4	32
65	4	4	4	4	4	4	4	5	33
66	4	4	4	4	4	4	4	4	32
67	4	5	3	5	5	3	4	5	34
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	4	5	4	5	5	5	4	5	37

70	3	4	3	4	4	4	4	4	30
71	5	4	4	5	4	5	4	4	35
72	3	3	4	5	5	4	3	5	32
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	4	4	4	4	4	5	5	5	35
75	4	5	5	4	4	5	5	5	37
76	3	3	3	3	3	3	3	3	24
77	4	5	4	5	5	4	4	5	36
78	4	4	3	3	4	5	3	4	30
79	5	4	5	3	5	5	4	4	35
80	4	4	5	5	4	5	4	4	35
81	5	5	4	4	5	4	4	5	36
82	4	4	5	4	5	5	4	4	35
83	4	4	5	4	5	5	5	4	36
84	5	5	5	5	5	4	4	4	37
85	4	5	4	5	5	5	4	4	36
86	4	4	4	5	5	5	4	5	36
87	4	4	4	5	5	5	5	4	3
88	5	5	4	4	5	5	4	4	36
89	5	4	4	5	5	4	3	4	36
90	4	4	5	5	4	5	4	4	35
91	4	5	4	3	4	4	5	5	34
92	3	3	3	3	3	3	3	3	24
93	4	4	5	5	4	4	5	4	35

94	5	5	5	4	4	4	5	3	35
95	4	3	4	5	3	4	5	4	32
96	5	4	3	4	5	5	4	5	35
97	4	4	4	4	5	5	5	5	36
98	5	5	5	3	3	5	5	4	35
99	3	4	4	5	5	5	5	4	35
100	5	5	5	5	5	5	5	5	40

### 3. Variabel Persepsi Risiko (X3)

Persepsi Risiko (X3)							
Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total_X3
1	4	4	2	2	3	4	19
2	3	3	2	1	2	3	14
3	4	4	1	1	1	4	15
4	4	4	5	5	4	5	27
5	5	5	3	3	2	4	23
6	1	1	1	1	1	5	10
7	4	5	4	5	5	5	28
8	4	4	4	4	4	4	24
9	4	4	3	3	2	3	29
10	4	5	4	5	4	5	27
11	4	4	1	1	1	4	25
12	4	3	3	3	3	3	29
13	4	3	2	2	2	2	25



14	5	5	3	2	2	3	20
15	3	3	5	3	3	3	20
16	4	4	3	3	4	3	21
17	4	4	3	3	2	4	20
18	3	2	2	2	2	2	13
19	3	2	1	2	2	3	13
20	3	4	3	2	3	2	17
21	5	4	4	4	4	4	25
22	5	2	4	4	4	4	23
23	1	1	1	3	2	3	11
24	4	4	3	4	3	3	21
25	4	4	3	3	3	4	21
26	3	5	3	3	3	3	20
27	4	4	2	2	4	4	20
28	4	4	5	5	4	5	27
29	2	3	3	3	3	4	18
30	4	5	5	4	4	4	26
31	5	3	2	2	3	4	19
32	5	4	2	4	4	4	23
33	5	3	3	3	3	5	22
34	4	3	3	2	3	3	18
35	3	2	4	2	3	3	17
36	4	4	1	1	1	4	15
37	1	1	2	3	4	2	13

38	4	4	4	4	4	4	24
39	1	1	1	1	1	1	6
40	3	3	3	3	3	3	18
41	4	3	3	3	4	4	21
42	3	3	3	3	3	3	18
43	2	2	2	2	3	2	13
44	3	2	2	2	2	2	13
45	3	3	3	3	3	3	18
46	3	3	3	3	3	3	18
47	1	2	4	3	2	3	15
48	3	3	3	3	3	3	18
49	2	3	2	1	2	2	12
50	3	3	2	2	2	2	14
51	3	3	3	3	3	3	18
52	3	3	2	3	1	3	15
53	4	4	2	2	2	3	17
54	2	3	3	3	2	2	15
55	3	2	1	3	3	3	15
56	4	4	3	4	4	4	23
57	4	4	3	2	3	4	20
58	2	3	2	2	2	2	13
59	1	2	2	3	3	2	13
60	4	3	3	3	4	5	22
61	4	4	3	3	3	3	20

62	2	3	3	2	4	4	18
63	2	2	2	2	2	2	12
64	2	4	3	2	4	2	17
65	2	2	2	2	2	3	13
66	3	4	1	3	4	1	16
67	2	1	2	1	2	2	10
68	3	3	2	2	2	3	15
69	4	4	1	3	2	1	15
70	2	2	2	3	2	2	13
71	3	2	2	2	3	1	13
72	4	2	2	4	2	4	18
73	1	2	1	1	1	1	7
74	2	1	3	2	2	2	12
75	2	2	1	1	2	2	10
76	3	3	3	3	3	3	18
77	4	4	3	3	4	3	21
78	2	1	1	2	2	2	10
79	2	2	1	3	2	3	13
80	1	1	2	3	2	1	10
81	2	2	2	3	1	2	12
82	3	2	1	2	2	1	11
83	1	1	2	2	3	2	11
84	1	3	2	3	3	4	16
85	2	1	3	2	2	2	12

86	3	1	2	3	2	2	13
87	2	1	1	2	3	2	11
88	2	2	1	3	2	3	13
89	1	1	1	2	2	2	9
90	3	2	2	2	1	3	13
91	1	1	2	2	3	3	12
92	2	2	2	1	1	2	10
93	1	2	2	3	2	1	11
94	2	2	1	3	2	2	12
95	2	2	2	2	2	2	12
96	2	3	2	2	1	2	12
97	3	3	2	1	3	3	15
98	2	2	1	1	3	2	11
99	1	1	2	2	1	1	8
100	2	1	2	1	2	1	9

#### 4. Variabel Minat (Y)

Minat (Y)					
Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Total_Y
1	5	4	4	4	17
2	4	5	4	5	18
3	5	5	4	4	18
4	4	5	5	4	18
5	3	3	3	3	12

6	5	5	5	5	20
7	4	5	4	4	17
8	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	16
10	4	3	5	3	15
11	5	5	4	4	18
12	3	3	3	3	12
13	4	4	4	2	14
14	5	5	5	5	20
15	5	5	5	5	20
16	4	5	4	4	17
17	4	5	3	4	16
18	3	4	4	4	15
19	4	5	4	5	18
20	5	5	5	5	20
21	4	4	4	4	16
22	4	4	4	4	16
23	2	1	2	1	6
24	3	4	3	3	13
25	5	4	5	4	18
26	3	3	3	3	12
27	5	5	5	5	20
28	5	4	5	5	19
29	3	2	3	2	10

30	3	3	2	4	12
31	3	5	5	5	18
32	5	4	4	3	16
33	4	3	5	4	16
34	3	4	4	4	15
35	4	4	4	4	16
36	4	4	4	5	17
37	4	4	3	4	15
38	4	4	4	4	16
39	5	5	5	5	20
40	3	3	3	3	13
41	3	4	4	4	15
42	5	5	5	5	20
43	4	4	4	4	16
44	4	4	5	4	17
45	4	4	4	4	16
46	3	3	3	3	12
47	4	4	4	4	16
48	3	3	2	3	11
49	5	5	5	5	20
50	5	4	5	4	18
51	3	3	3	3	12
52	4	4	4	5	17
53	5	5	5	5	20

54	4	4	5	5	18
55	4	5	4	5	28
56	3	3	2	3	11
57	3	4	3	4	14
58	5	5	5	5	20
59	5	4	4	5	18
60	4	4	3	4	15
61	5	5	3	4	17
62	5	5	5	5	20
63	3	3	3	3	12
64	4	4	4	4	16
65	5	4	5	4	18
66	3	3	2	3	11
67	4	5	3	3	15
68	5	5	5	5	20
69	5	5	4	4	18
70	4	4	4	4	16
71	4	4	5	5	18
72	4	4	3	5	16
73	5	5	5	5	20
74	5	5	5	5	20
75	4	5	5	3	17
76	3	3	3	3	12
77	5	4	4	4	17

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



Lampiran 3 Uji Validitas

**Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan (X1)**

Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Persepsi Kemudahan
X1.1	Pearson Correlation	1	.440*	.216	.031	.199	.199	.284	.182	.428*
	Sig. (2-tailed)		.015	.251	.871	.293	.292	.128	.336	.018
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.440*	1	.608**	.596**	.617**	.641**	.489**	.245	.777**
	Sig. (2-tailed)	.015		.000	.001	.000	.000	.006	.192	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.216	.608**	1	.740**	.595**	.602**	.511**	.416*	.798**
	Sig. (2-tailed)	.251	.000		.000	.001	.000	.004	.022	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.031	.596**	.740**	1	.629**	.712**	.498**	.523**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.871	.001	.000		.000	.000	.005	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.199	.617**	.595**	.629**	1	.759**	.124	.459*	.743**
	Sig. (2-tailed)	.293	.000	.001	.000		.000	.513	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.199	.641**	.602**	.712**	.759**	1	.209	.502**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.292	.000	.000	.000	.000		.267	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.284	.489**	.511**	.498**	.124	.209	1	.530**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.128	.006	.004	.005	.513	.267		.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.182	.245	.416*	.523**	.459*	.502**	.530**	1	.715**
	Sig. (2-tailed)	.336	.192	.022	.003	.011	.005	.003		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Persepsi Kemudahan	Pearson Correlation	.428*	.777**	.798**	.825**	.743**	.792**	.661**	.715**	1
	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

## Uji Validitas Variabel Persepsi Kemanfaatan (X2)

Correlations										
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Persepsi Kemanfaatan
X2.1	Pearson Correlation	1	.610**	.416*	.441*	.379*	.297	.386*	.328	.715**
	Sig. (2-tailed)		.000	.022	.015	.039	.111	.035	.077	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.610**	1	.447*	.427*	.275	.377*	.573**	.516**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000		.013	.019	.141	.040	.001	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.416*	.447*	1	.434*	.101	.342	.200	.261	.614**
	Sig. (2-tailed)	.022	.013		.017	.597	.065	.289	.163	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.441*	.427*	.434*	1	.434*	-.027	.287	.707**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.015	.019	.017		.017	.889	.124	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.379*	.275	.101	.434*	1	.413*	.434*	.182	.608**
	Sig. (2-tailed)	.039	.141	.597	.017		.023	.017	.335	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.297	.377*	.342	-.027	.413*	1	.427*	.040	.560**
	Sig. (2-tailed)	.111	.040	.065	.889	.023		.019	.835	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.386*	.573**	.200	.287	.434*	.427*	1	.354	.699**
	Sig. (2-tailed)	.035	.001	.289	.124	.017	.019		.055	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.328	.516**	.261	.707**	.182	.040	.354	1	.618**
	Sig. (2-tailed)	.077	.004	.163	.000	.335	.835	.055		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Persepsi Kemanfaatan	Pearson Correlation	.715**	.802**	.614**	.677**	.608**	.560**	.699**	.618**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

### Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko (X3)

<b>Correlations</b>								
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Persepsi Risiko
X3.1	Pearson Correlation	1	.655**	.423*	.320	.392*	.130	.644**
	Sig. (2-tailed)		.000	.020	.085	.032	.494	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.655**	1	.468**	.354	.429*	.239	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000		.009	.055	.018	.203	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.423*	.468**	1	.822**	.769**	.316	.871**
	Sig. (2-tailed)	.020	.009		.000	.000	.089	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.320	.354	.822**	1	.813**	.449*	.856**
	Sig. (2-tailed)	.085	.055	.000		.000	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.392*	.429*	.769**	.813**	1	.361*	.852**
	Sig. (2-tailed)	.032	.018	.000	.000		.050	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.6	Pearson Correlation	.130	.239	.316	.449*	.361*	1	.529**
	Sig. (2-tailed)	.494	.203	.089	.013	.050		.003
	N	30	30	30	30	30	30	30
Persepsi Risiko	Pearson Correlation	.644**	.701**	.871**	.856**	.852**	.529**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.003	
	N	30	30	30	30	30	30	30
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

### Uji Validitas Variabel Minat (Y)

Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Minat
Y1	Pearson Correlation	1	.745**	.822**	.730**	.913**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.745**	1	.644**	.811**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.822**	.644**	1	.648**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.730**	.811**	.648**	1	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Minat	Pearson Correlation	.913**	.904**	.860**	.900**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

### Lampiran 4 Uji Reabilitas

#### Uji Reabilitas Variabel Persepsi Kemudahan (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.857	.867	8

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	29.27	13.168	.281	.354	.872
X1.2	29.50	11.845	.709	.762	.831

X1.3	29.40	11.834	.738	.643	.829
X1.4	29.50	10.810	.749	.750	.821
X1.5	29.57	11.633	.655	.730	.834
X1.6	29.50	11.224	.713	.748	.827
X1.7	29.40	11.421	.519	.731	.852
X1.8	29.77	10.806	.574	.657	.847

### Uji Reabilitas Variabel Persepsi Kemanfaatan (X2)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.814	.818	8

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	29.57	10.116	.622	.460	.783
X2.2	29.67	8.851	.703	.610	.765
X2.3	29.70	10.079	.465	.482	.802
X2.4	29.23	9.771	.555	.753	.789
X2.5	29.43	10.185	.469	.550	.801
X2.6	29.87	10.120	.394	.513	.815
X2.7	29.63	9.689	.577	.448	.786
X2.8	29.27	10.409	.504	.632	.797

### Uji Reabilitas Variabel Persepsi Risiko (X3)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.844	.838	6

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	16.03	19.206	.501	.454	.841
X3.2	16.07	17.995	.552	.493	.833
X3.3	16.77	15.289	.782	.736	.784
X3.4	16.77	15.633	.763	.784	.789
X3.5	16.80	16.717	.774	.704	.790
X3.6	16.07	20.685	.381	.231	.858

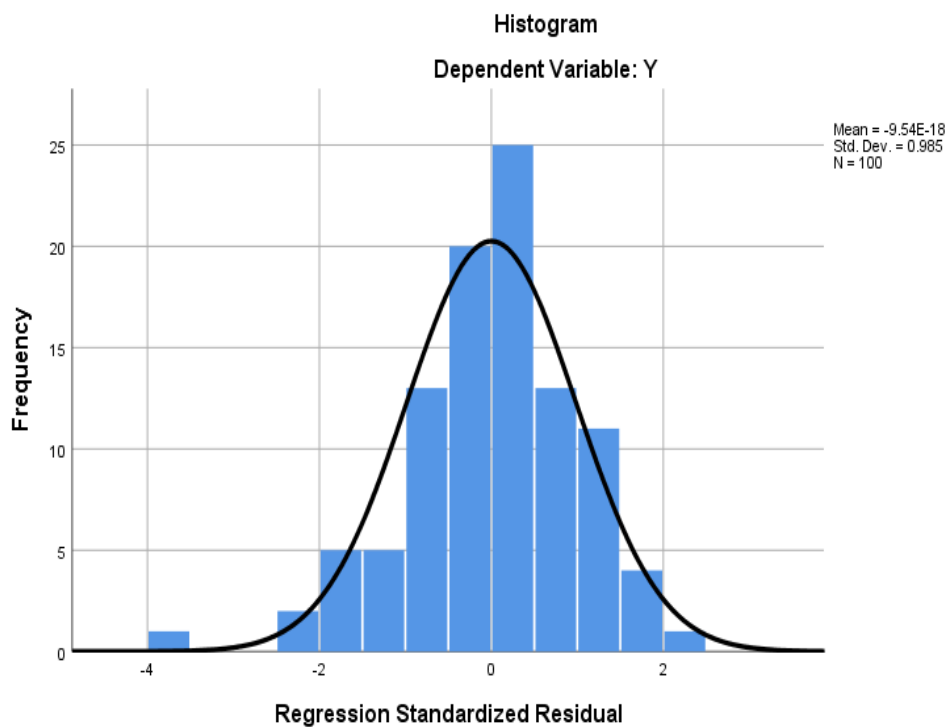
### Uji Reabilitas Variabel Minat (Y)

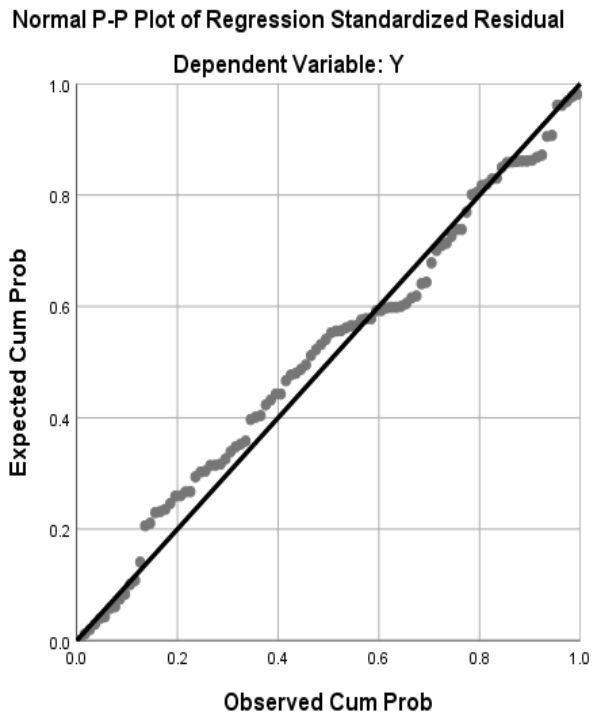
Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.914	.917	4

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	11.93	6.892	.851	.763	.876
Y2	11.87	6.189	.814	.708	.887
Y3	12.00	7.034	.760	.680	.903
Y4	12.10	6.300	.810	.696	.887

Lampiran 5 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.03982369
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.059
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.162 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		





Lampiran 6 Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.244	2.225		.110	.913		
	X1	.243	.077	.361	3.136	.002	.423	2.367
	X2	.252	.084	.352	3.000	.003	.405	2.466
	X3	-.024	.044	-.043	-.551	.583	.924	1.083

a. Dependent Variable: Y



Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.575	1.422		3.218	.002
	Persepsi Kemudahan	-.083	.049	-.256	-1.686	.095
	Persepsi Kemanfaatan	.006	.054	.018	.115	.908
	Persepsi Risiko	-.030	.028	-.109	-1.062	.291

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran 8 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.244	2.225		.110	.913
	Persepsi Kemudahan (X1)	.243	.077	.361	3.136	.002
	Persepsi Kemanfaatan (X2)	.252	.084	.352	3.000	.003
	Persepsi Risiko (X3)	-.024	.044	-.043	-.551	.583

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Lampiran 9 Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	355.633	3	118.544	27.627	.000 <sup>b</sup>
	Residual	411.927	96	4.291		
	Total	767.560	99			
a. Dependent Variable: Minat (Y)						
b. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko (X3), Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kemanfaatan (X2)						

Lampiran 10 Uji T (Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.244	2.225		.110	.913
	Persepsi Kemudahan (X1)	.243	.077	.361	3.136	.002
	Persepsi Kemanfaatan (X2)	.252	.084	.352	3.000	.003
	Persepsi Risiko (X3)	-.024	.044	-.043	-.551	.583
a. Dependent Variable: Minat (Y)						

Lampiran 11 Uji Koefisien Eterminasi (R2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.681 <sup>a</sup>	.463	.447	2.071
a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko (X3), Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kemanfaatan (X2)				

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Novi Astriningrum  
Tempat, Tanggal Lahir : Batang, 15 Juni 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Desa Luwung, RT 01/RW 01, Kec. Banyuputih, Kab. Batang  
Status : Belum Menikah  
Kewarganegaraan : Indonesia  
No. HP : 085326847421  
Email : noviastriningrum45@gmail.com

### PENDIDIKAN FORMAL

- |                              |                 |
|------------------------------|-----------------|
| 1. RA Masyitoh Luwung        | Tahun 2005-2007 |
| 2. SD Negeri Luwung 02       | Tahun 2007-2013 |
| 3. MTS Nurul Huda Banyuputih | Tahun 2013-2016 |
| 4. MA NU 01 Banyuputih       | Tahun 2016-2019 |
| 5. UIN Walisongo Semarang    | Tahun 2019-2023 |

Semarang, 12 Juni 2023

Novi Astriningrum