

**PENGARUH FITUR LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN
KEMUDAHAN TERHADAP MINAT NASABAH
MENGUNAKAN MOBILE BANKING PADA BANK SYARIAH
INDONESIA**

(Studi Kasus Kecamatan Kendal Kabupaten Kendal)

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:

DEWI SYARAH INDRI HAPSARI

1905036152

**PRODI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH

Dengan Bermohon Kepada Alla SWT yang telah melimpahkan rahmat dan taufiq kepada Penulis, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dewi Syarah Indri Hapsari

Nim : 1905036152

Prodi : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Teradap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Kecamatan Kabupaten Kendal)

Penulis menyatakan bawa karya ilmiah yang berbentuk skripsi ini dibuat dengan segala kejujuran dan tanggung jawab. Skripsi ini tidak memuat bahan-bahan yang tela ditulis atau diterbitkan ole orang lan. Informasi dan hasil skripsi merupakan hasil renungan penulis, kecuali informasi yang terdapat dalam refrensi digunakan sebagai baan rujukan.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan dapat di pertanggungjawabkan sebagaimana mestinya.

Semarang, Desember 2023

Deklarator



Dewi Syarah Indri Hapsari

1905036152



**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 50183

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Dewi Syarah Indri Hapsari
NIM : 1905036152
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Kecamatan Kendal Kabupaten Kendal)

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal 27 Desember 2023 dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/baik/cukup, serta dapat diterima untuk pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata I dalam Perbankan Syariah.

Semarang, 4 Januari 2024

Ketua Sidang

Dr. Muyassarrah, M.Si.
NIP.19710429 201601 2 901

Sekretaris Sidang

Dr. Choirul Huda, M.Ag.
NIP.19760109 200501 1 002

Penguji Utama I

Riska Wijayanti, M.H.
NIP.19930408 201903 2 019



Penguji Utama II

Dr. Wasyith, M.E.I.
NIP.19820418 201503 1 002

Pembimbing I

Dr. Ratno Agrivanto, M.Si., Akt.
NIP.19800128 200801 1 010

Pembimbing II

Dr. Choirul Huda, M.Ag.
NIP.19760109 200501 1 002



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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
An. Dewi Syarah Indri Hapsari

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

Assalamualaikum Wr. Wb

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

Nama : Dewi Syarah Indri Hapsari

NIM : 1905036152

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : "Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Kecamatan Kabupaten Kendal)".

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan. Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 21 Desember 2023

Pembimbing I

Dr. Ratno Agriyanto, M.Si.,Akt
NIP. 19800128 200801 1 010

Pembimbing II

Dr. Choirul Huda, M.Ag.
NIP. 19760109 200501 1 002

NOTA PEMBIMBING



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

*Jl. Prof. DR. Hamka Kampus III Ngaliyan, Telp-Fax (024) 7608454 Semarang 50185
Website : febi.walisongo.ac.id - Email : febi@walisongo.ac.id*

Nomor : B-2484/Un.10.5/D.1/PP.00.9/8/2022 4 Agustus 2022
Lampiran : -
Hal : Penunjukan menjadi Dosen Pembimbing Skripsi

Kepada Yth.
Dr. Ratno Agriyanto, M.Si., CA., CPA
Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan pengajuan proposal tugas akhir mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Dewi Syarah Indri Hapsari
NIM : 1905036152
Program Studi : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Fitur Layananan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Minat Masyarakat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia (Sudi Kasus Kecamatan Kendal Kabupaten Kendal)

Maka, kami mengharap kesediaan Saudara untuk menjadi Pembimbing I penulisan skripsi mahasiswa tersebut, dengan harapan :

1. Topik yang kami setuju masih perlu mendapat pengarahan Saudara terhadap judul, kerangka pembahasan dan penulisan.
2. Pembimbingan dilakukan secara menyeluruh sampai selesainya penulisan tugas akhir.

Untuk membantu tugas saudara, maka bersama ini kami tunjuk sebagai Pembimbing II saudara Dr. Choirul Huda, M.Ag.. Demikian, atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Dekan,
Dekan Bidang Akademik.

NUR FATONI

Tembusan :

1. Pembimbing II
2. Mahasiswa yang bersangkutan

MOTTO

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya”

(Q.S Al-Zalzalah : 7)

وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ

“Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya pula”

(Q.S Al-Zalzalah : 8)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji syukur atas keadilat Allah SWT, yang telah melimpahkan ramat, karunianya serta hidayah-Nya, Shalawat saya haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah berjuang sehingga kita dapat merasakan nikmatnya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

1. Yang pertama saya persembahkan untuk Almarhum Bapak Moch Fasikin, Bapak Abdurrokhim, Ibu Maemun, Ibu Siti Mawaridah, Bapak Masqon, tak lupa kakak saya Khoirur Rozaq dan Dian Putri, dan seluruh keluarga besar “SAHLI” yang telah memberikan semangat, motivasi, dan doa tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana. Terima kasih atas nasehat yang selalu diberikan kepada penulis.
2. Untuk teman dan sahabat saya Silky Ikrima Arsyani, Risalatul Toyibah, Safa Atika Sitoresmi, Ainun Nurul Latieffah, para anggota dan staff PPK Kecamatan Kendal yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk mengerjakan skripsi ini. Terimakasih atas bantuan, waktu, support, dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
3. Teman seperjuang Ilma Wilda Fudla dan Sapna Awaliyah, terimakasih telah membantu dan saling berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-teman S1 Perbankan Syariah angkatan 2019, yang telah memberikan motivasi dan semangat untuk terus berjuang menyelesaikan studi.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberikan dukungan dalam perjalanan penyelesaian studi selama ini.

ABSTRAK

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) mencatat pengguna BSI Mobile hingga kuartal I 2023 telah mencapai 5,18 juta. Adapun transaksi *e-channel* sampai Maret 2023 mencapai 143,59 juta transaksi atau mencakup 97% transaksi, sedangkan sisanya sebanyak 3% masih menggunakan layanan *teller*. Meningkatnya jumlah pengguna *mobile banking*, jumlah transaksi kumulatif menembus 86,4 juta, tumbuh 57% (yoy) hingga Maret 2023. Hal tersebut ikut mendorong *fee based income* BSI Mobile mencapai Rp 64 miliar pada Maret 2023. Karena perkembangan digital bank semakin pesat, hal ini juga menjadi tantangan bagi perbankan Syariah khususnya di Indonesia dalam menanggapi produk-produk Bank Syariah yang belum bisa mengakomodasi kebutuhan masyarakat dan kurang kompetitif. *Mobile banking* perbankan Syariah masih dianggap kurang familiar dibandingkan dengan perbankan konvensional. Maka dari itu, Bank Syariah juga harus bisa bersaing di era digital seperti sekarang ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fitur layanan, kepercayaan dan kemudahan pada penggunaan aplikasi BSI mobile terhadap minat nasabah BSI menggunakan layanan *mobile banking*. Populasi pada penelitian ini yaitu nasabah Bank BSI di Kecamatan Kendal, Kabupaten Kendal yang menggunakan *mobile banking* jangka waktu minimal 2 tahun, yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel penelitian berjumlah 100 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis statistik deskriptif (karakteristik responden), uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis (uji koefisien determinasi (R^2), uji statistik simultan (uji F) dan uji statistik parsial (uji T)).

Hasil pada penelitian menunjukkan bahwa variabel fitur layanan, kepercayaan dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan *mobile banking*.

Kata Kunci: layanan, kepercayaan, kemudahan, minat, *mobile banking*.

ABSTRACT

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) noted that BSI mobile users until the first quarter of 2023 had reached 5.18 million. Meanwhile, e-channel transactions until March 2023 reached 143.59 million transactions or covered 97 of transactions, while the remaining 3% still used teller services. With the increasing number of mobile banking users, the cumulative number of transactions exceeded 86.4 million, growing 57% (yoy) until March 2023. This also boosted BSI mobile's fee-based income to reach IDR 64 billion in March 2023. Due to the rapid development of digital banks, this is also a challenge for Islamic banks, especially in Indonesia, in responding to Islamic Bank products that have not been able to accommodate the needs of the public and are less competitive. Islamic banking mobile banking is still considered less familiar than conventional banking. Therefore, Islamic banks must also be able to compete in the digital era like today.

This study aims to determine the effect of service features, trust and ease of use of the BSI mobile application on BSI customers interest in using mobile banking services. The population in study is BSI customers in Kendal District, Kendal Regency who use mobile banking for a minimum period of 2 years, which is not known with certainty. This reaserch method uses quantitative methods with research sampling techniques using purposive sampling methods with a research sample of 100 respondents. Data analysis in this study uses data analysis (validity test and reliability test), descriptive statistical analysis (respondent characteristics), classical assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis test (coefficient of determination test (R^2), simultaneous statistical test (F test) and partial static test (T test)).

The result of study showed that the variables of service features, trust and convenience had a significant effect on the variables of interest in using mobile banking.

Keywords : service, trust, convenience, interest, mobile banking.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata Bahasa Arab yang digunakan dalam penulisan skripsi ini berpedoman pada “Pedoman Transliterasi Arab-Latin” yang dikeluarkan berdasarkan keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Tahun 1987. Berikut ini dalam pedoman transliterasi:

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
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	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	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa 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:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I

ـَ	Damma h	U	U
----	--------------------------	----------	----------

2. Vokal 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 u
...وُ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal 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
...إِ	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
...وُ	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu :

1. Ta' marbutah hidup Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.
2. Ta' marbutah mati Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

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

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

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

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

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

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

Contoh:

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

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- سَيِّئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ / Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti

apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

AssalamualaikumWr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul "Pengaruh Manajemen Pengetahuan, Keterampilan, dan Sikap Terhadap Kinerja Karyawan".

Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang yang disinari oleh Iman dan Islam. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat- syarat guna meraih gelar Sarjana Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini merupakan hasil kerja keras, namun juga tidak terlepas dari dukungan, arahan, dan bimbingan serta doa restu dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan penuh ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag selaku Plt.Rektor, Bapak Prof. Dr. M.Mukhsin Jamil, M.Ag selaku Wakil Rektor I, dan Bapak Dr. Abdul Kholiq, M.Ag selaku Wakil Rektor 2 Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. Saifullah, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan BisnisIslam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Wakil Dekan I, II,dan III dan para dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Ibu heny Yuningrum, Se., M.Si, selaku Ketua Jurusan Prodi S1 Perbankan Syariah dan Ibu Muyassarah, MSI. selaku Sekretaris Jurusan Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Bapak Dr. Setyo Budi Hartono, S.A.B, M.Si selaku Dosen Wali yang telah mendukung proses studi khususnya dalam memberikan bimbingan perencanaan studi setiap semesternya dan mendukung moral dalam proses menempuh studi.
5. Bapak Dr. Ratno Agriyanto, M.Si.,Akt selaku Pembimbing I dan Bapak Dr. Choirul Huda, M.Ag selaku Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran yang sangat berharga untuk memberikan motivasi dan mengarahkan penulis, sehingga penulisan ini dapat terselesaikan.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Segenap staff dan karyawan UIN Walisongo Semarang, khususnya staff dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu dalam pembuatan administrasi untuk keperluan skripsi ini.
8. Kepada Seluruh Nasabah BSI yang telah meluangkan waktu dan bersedia membantu penelitian penulis. Semoga kita semua sehat selalu dan dilancarkan dalam segala urusannya.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH.....	i
PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
NOTA PEMBIMBING.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
DAFTAR ISI.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORITIS.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM).....	10
2.1.2 Mobile Banking.....	11
2.1.3 Fitur Layanan.....	12
2.1.4 Kepercayaan.....	14
2.1.5 Kemudahan.....	16
2.1.6 Minat.....	17
2.1.7 Bank Syariah.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Penelitian.....	25
2.4 Hipotesis.....	27
2.4.1 Fitur Layanan Berpengaruh Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	27
2.4.2 Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	27

2.4.3 Kemudahan Berpengaruh Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Data Penelitian	29
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.3.1 Populasi	29
3.3.2 Sampel	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5 Teknik Analisis Data	31
3.5.1 Analisis Data Deskriptif	31
3.5.2 Analisis Statistik	31
3.6 Operasional Variabel Penelitian	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.1 Deskripsi Perusahaan PT. Bank Syariah Indonesia	37
4.1.2 Visi Misi Perusahaan PT. Bank Syariah Indonesia	37
4.2 Analisis Deskriptif	38
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	39
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Marital Status	39
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Income</i>	39
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	40
4.3 Analisis Statistik	40
4.3.1 Uji Kualitas Data	40
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	44
4.3.3 Uji Hipotesis	47
4.3.4 Uji Signifikasi Simultan (Uji F)	49
4.3.5 Analisis Regresi Linier Berganda	50
4.4 Pembahasan	51
4.4.1 Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan <i>m-banking</i>	51

4.4.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan <i>m-banking</i>	52
4.4.3 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan <i>m-banking</i>	52
4.4.4 Fitur Layanan, Kepercayaan Dan Kemudahan Secara Bersama-Sama Berpengaruh Terhadap Penggunaan Mobile Banking.....	53
BAB V PENUTUP	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	59
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	78

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital sekarang ini teknologi sudah begitu maju dan canggih, dengan menjadi peran yang sangat penting di dalam usaha bisnis khususnya bisnis perbankan¹. Perbankan dituntut untuk meningkatkan pelayanan secara profesional sesuai dengan bidangnya masing-masing. Perubahan teknologi informasi yang sangat cepat telah mendorong lembaga keuangan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, sehingga nasabah merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari lembaga keuangan. Selain pertumbuhan ekonomi, teknologi informasi juga berkembang dan membawa banyak perubahan. Menurut data tahun 2020 dari Kominfo menjelaskan bahwa di Indonesia pemakai internet menyentuh angka 175 juta orang. Berdasarkan angka tersebut, 64% penduduk Indonesia sudah memakai Internet. Berkembangnya teknologi dapat memberikan kemudahan dalam berbagai kegiatan berbisnis salah satunya di sektor keuangan yang terus berinovasi sehingga teknologi menjadi potensi. Indonesia sebagai negara kepulauan yang besar menjadikan sulitnya akses layanan keuangan. Oleh karena itu, *Financial Teknologi (Fintech)* menjadi sorotan terkini karena dapat menjangkau nasabah yang tidak dapat mengakses layanan keuangan seperti perbankan

Penerapan teknologi digital akan mengikuti teori ekonomi yang menjelaskan bahwa kemajuan teknologi mengarah pada peningkatan produktivitas dan mendorong efisiensi perusahaan². Perusahaan yang efisien dan produktif akan meningkatkan kemampuannya untuk bersaing dan menguasai pasar. Namun dalam praktiknya, setiap bank memiliki sudut pandangnya masing-masing terkait urgensi fenomena perbankan digital. Hal ini tentu saja mempengaruhi daya saing mereka di mana bank menjadikan strategi digital sebagai strategi yang penting. Implementasi sistem perbankan digital pada bank syariah dianggap masih kurang dibandingkan bank konvensional. Sistem perbankan dengan teknologi digital bisa menjadikan fungsi penting bank sebagai

¹ Amatun N U R Makmuriyah and Kartika Marella Vanni. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang)*. Eduka: Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis 5, no. 1

² Junai Al Fian and Tri Yuniati. (2016). *Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen 5, no. 6 (2016): 1–18.

perantara keuangan dan penyedia jasa keuangan dan penasihat keuangan untuk klien mereka.

Perkembangan mobile banking di Indonesia semakin banyak dan juga cepat, serta lebih efektif dibandingkan nasabah yang harus ke bank atau ATM. *Mobile banking* dapat digunakan untuk cek saldo, transfer uang, pembayaran tagihan, pembelian, serta investasi dengan hanya dengan menggunakan *smartphone* dan akses internet. Nasabah dapat melakukan semua layanan perbankan tersebut selama 24 jam. Penetrasi *mobile* yang tinggi dan fasilitas perbankan yang terbatas mendorong pertumbuhan *mobile banking* di daerah berkembang. *Platform* layanan seluler adalah peluang besar bagi bank untuk menawarkan layanan perbankan dan pembayaran yang inovatif. *Mobile banking* semakin populer di masyarakat Indonesia melihat dari data *Google Trends* di tahun 2020, di Indonesia yang diukur dengan *interest by subregion* terlihat sudah 34 provinsi Indonesia yang mengetahui *mobile banking*. Dalam hal ini, penggunaan *fintech* dalam bentuk *mobile banking* sudah mulai dikenal dikalangan masyarakat.

Semakin banyak orang beralih ke penggunaan aplikasi *mobile banking* untuk melakukan transaksi perbankan sehari-hari. Kemudahan aksesibilitas dan kenyamanan yang ditawarkan oleh aplikasi *mobile banking* membuatnya menjadi pilihan utama bagi banyak nasabah. Penyedia layanan mobile banking terus berinovasi dengan menambahkan fitur dan fungsionalitas baru. Ini termasuk pembaruan keamanan, integrasi dengan teknologi baru seperti kecerdasan buatan (AI) dan pemrosesan bahasa alami (NLP), serta pengenalan teknologi biometrik untuk otentikasi. Keamanan menjadi perhatian utama dalam pengembangan mobile banking. Penyedia layanan terus meningkatkan sistem keamanan untuk melindungi data dan transaksi pengguna dari potensi ancaman keamanan seperti peretasan dan penipuan.

Keberadaan perbankan syariah yang secara resmi di mulai dari Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1991, masih memerlukan optimasi agar dapat menyamakan reputasi bank-bank konvensional yang sudah lebih dulu berdiri. Kemampuan bank syariah dalam melakukan *upgrade* layanan masih dinantikan masyarakat agar bisa dinikmati secara luas. Fakta bahwa ketersediaan ATM bank syariah yang jumlahnya lebih sedikit dari bank konvensional harusnya menjadi evaluasi bagi perbankan syariah. Diakui bagi pengguna bank bahwa pengadaan mesin ATM adalah salah satu

penentu faktor nasabah memilih sebuah bank sebagai tempat penyimpanan uang dan alat transaksi³.

Berdasarkan Undang-Undang No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwa Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatannya berdasarkan prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah⁴. Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang disahkan pada tanggal 16 Juli 2008 memperkuat landasan hukum untuk mendorong kemajuan dan pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia. Perkembangan perbankan syariah juga didukung 3 keunggulan Indonesia yakni: 1) mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim, 2) pertumbuhan ekonomi yang relatif meningkat dan 3) sumber daya alam yang mampu memikat investor.

Terdapat beberapa kelemahan menggunakan bank syariah, antara lain produk-produk Bank Syariah belum biasa mengakomodasi kebutuhan masyarakat dan kurang kompetitif, karena manajemen Bank Syariah cenderung mengadopsi produk perbankan konvensional yang disyariahkan, dengan variasi produk yang terbatas. Karena perkembangan digital bank semakin pesat, ini menjadi tantangan juga untuk perbankan Syariah khususnya di Indonesia dalam menanggapi hal tersebut. Mobile banking perbankan Syariah masih dianggap kurang familiar dibandingkan dengan perbankan konvensional. Maka dari itu bank Syariah juga harus bersaing di era digital seperti sekarang ini. Perbankan Syariah di dunia mengalami perkembangan, menurut data Global Islamic Economy Report tahun 2018-2019 mengatakan di tahun 2023 diproyeksikan keuangan islam akan berkembang hingga 3.809 Miliar USD⁵.

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) mencatat pengguna BSI Mobile hingga kuartal I 2023 telah mencapai 5,18 juta⁶. Adapun transaksi *e-channel* sampai Maret 2023 mencapai 143,59 juta transaksi atau mencakup 97% transaksi, sedangkan sisanya sebanyak 3% masih menggunakan layanan *teller*. Hal ini yang ikut serta mendorong peningkatan pengguna dari layanan digital perusahaan. Meningkatnya

³ Muhammad Muzani Zulmaizar dan Abd Rahman. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Automatic Teller Machine (ATM) Terhadap Kepuasan nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Polewalimandar Kecamatan Wonomulyo*, Jurnal Alif Vol. 4 No. 1, 82.

⁴ Agriyanto & Rohman. (2014). *Studi Tentang Sikap Bankir Dan Pengusaha Terhadap Pola Pembiayaan Bagi-Hasil Pada Bank Syariah*. MIQOT Vol. XXXVIII No. 1 Januari-Juni 2014

⁵ Widyandri & Laila. (2022). *Analysis of the Influence of Mobile Banking and Financial Inclusion on the Financial Performance of Sharia Banks in Indonesia for the Period 2014-2019*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan p-ISSN: 2407-1935, e-ISSN: 2502-1508. Vol. 9 No. 1 Januari 2022: 14-24; DOI: 10.20473/vol9iss20221pp14-24

⁶ <https://www.beritasatu.com>. Di akses pada 18 Juli 2023, Pukul 12.26 WIB

jumlah pengguna *mobile banking*, jumlah transaksi kumulatif menembus 86,4 juta, tumbuh 57% (yoy) hingga Maret 2023. Hal tersebut ikut mendorong *fee based income* BSI Mobile mencapai Rp 64 miliar pada Maret 2023.

Mobile Banking atau biasa disebut *m-banking* adalah sebuah layanan yang diberikan oleh pihak bank untuk memfasilitasi dan memudahkan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan⁷. *Mobile banking* merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses oleh nasabah menggunakan telepon seluler (*handphone*). Dengan adanya fasilitas *mobile banking*, setiap nasabah dapat dengan mudah melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja menggunakan telepon seluler mereka dan selama telepon seluler yang digunakan terhubung ke jaringan internet. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.

Aplikasi BSI *mobile* tersebut terkendali dengan baik sistemnya, menu aplikasi yang makin beragam juga membuat nasabah semakin tertarik. Tapi tidak dipungkiri juga ada keluhan sebagian besar pengguna BSI *mobile* yaitu aplikasi tertutup secara paksa saat sedang melakukan transaksi, serta *update* aplikasi android yang sebagian tidak didukung diperangkat nasabah, juga transaksi *top-up* saldo *e-commerce* yang masih terkendala. Hal ini membuat sebagian nasabah kecewa karena setelah beralih ke BSI *mobile banking* tidak mendapatkan fasilitas yang lebih baik seperti BSM *mobile banking* berikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Badaruddin & Risma⁸ fitur layanan dapat mempengaruhi minat masyarakat menggunakan *mobile banking*. Fitur adalah suatu hal yang dipertimbangkan pula oleh seseorang jika membeli suatu produk. Seseorang akan selalu menyelaraskan fitur yang pada produk dengan taksiran yang ditawarkan. Fitur-fitur layanan yang tersedia dalam *mobile banking* antara lain layanan informasi saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat, dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya. *M-banking* yang bagus, harus menyediakan fitur-fitur yang relevan dan berguna bagi pengguna. Jika aplikasi *m-banking* memiliki fitur-fitur yang sulit

⁷ Findy Meileny and Tri Indra Wijaksana. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia*. Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis 4, no. 2 (2020): 200–209.

⁸ Badaruddin & Risma. (2021). *Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak)*. Telanaipura Jambi, 1(1), 36122

digunakan atau kurang relevan bagi kebutuhan pengguna, minat mereka untuk menggunakannya dapat menurun.

Kepercayaan juga menjadi hal yang mampu mempengaruhi minat. Menurut Das dan Teng dalam Laksana *et al*⁹ menyebutkan bahwa kepercayaan sebagai derajat di mana seseorang yang percaya menaruh sikap positif terhadap keinginan baik dan keandalan orang lain yang dipercayanya di dalam situasi berubah ubah dan berisiko. Seiringnya maraknya kejahatan internet seperti pembobolan akun, faktor kepercayaan menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan *mobile banking* sebagai transaksi perbankan. Konsep kepercayaan ini berarti bahwa nasabah percaya terhadap kehandalan pihak bank dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan akun nasabah¹⁰.

Kemudahan merupakan salah satu faktor yang penting bagi pengguna untuk bertransaksi menggunakan *m-banking* dengan fleksibilitas waktu dan tempat, karena dapat dilakukan kapan dan di mana saja¹¹. Selain itu *mobile banking* dapat di akses dengan mudah dan tidak mengalami kesulitan dalam bertransaksi. Dalam *mobile banking* bila jasa yang diberikan suatu bank dipersepsikan mudah maka nasabah akan terdorong untuk minat menggunakan *m-banking*. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya¹². Jika proses pendaftaran untuk *m-banking* rumit dan memakan waktu, pengguna mungkin enggan untuk melanjutkan penggunaan. Namun, jika proses pendaftaran sederhana dan cepat, pengguna akan lebih cenderung tertarik untuk mencobanya.

Kemudahan penggunaan transaksi dalam layanan *mobile banking* dapat memudahkan nasabah bertransaksi perbankan seperti melakukan transfer sesama bank ataupun transfer ke bank lain, di mana transaksi *mobile banking* dapat dilakukan kapan pun dan di mana pun dan dapat mempermudah nasabah yang memiliki

⁹ Laksana et al, (2015). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah*. Jurnal Administrasi Bisnis, 26(2), 1–8.

¹⁰ Ula Rahmatika and Muhammad Andryzal Fajar. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk,” *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen* 8, no. 2 (2019): 274–284.

¹¹ Alifatul Laily Romadloniyah and Dwi Hari Prayitno. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan,” *Jurnal Akuntansi* 3, no. 3 (2018): 699.

¹² Muhammad Habibi and Achmad Zaky. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah,” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2018): 1689–1699.

kesibukan, dengan layanan *mobile banking* nasabah dapat melakukan transaksi kapan pun sehingga nasabah tidak perlu datang ke bank untuk melakukan transaksi perbankan, kemudahan yang telah diberikan akan menjadi faktor penentu dalam mempengaruhi minat, apabila kemudahan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi konsumen maka minat akan timbul, begitu juga sebaliknya apabila kemudahan yang diberikan tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen maka minat tidak akan muncul¹³.

Penelitian lain oleh Widyantri dan Laila menyimpulkan bahwa ternyata pengaruh penggunaan m-banking Bank BSI mampu meningkatkan kinerja keuangan BSI pada periode 2014-2019, sehingga pihak BSI harus mampu memberikan servis yang maksimal kepada nasabah¹⁴. Kemudian penelitian oleh Makmuriyah dan Vanni menyatakan bahwa kemudahan penggunaan, risiko, dan fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*¹⁵.

Salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi dalam sistem *mobile banking* adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). Davis dalam Meileny dan Wijaksana¹⁶ mengembangkan model TAM yang memperkenalkan dua variabel kunci yaitu *perceive usefulness* dan *perceived ease of use* yang memiliki relevansi untuk memprediksi sikap penerimaan pengguna terhadap teknologi. Penelitian yang dilakukan oleh Inayah *et al*, menyimpulkan bahwa penggunaan *mobile banking* Bank Syariah ternyata dipengaruhi oleh spiritualitas masing-masing individu¹⁷. TAM dapat digunakan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi *mobile banking* oleh nasabah. Faktor utama dalam model TAM yang dapat diaplikasikan dalam *mobile banking*, antara lain: 1) persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), 2) persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*), 3) niat penggunaan (*intention to use*), 4) perilaku penggunaan

¹³ Muhammad Habibi and Achmad Zaky. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi ... 53

¹⁴ Widyandri & Laila. (2022). *Analysis of the Influence of Mobile Banking and Financial Inclusion on the Financial Performance of Sharia Banks in Indonesia for the Period 2014-2019*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan p-ISSN: 2407-1935, e-ISSN: 2502-1508. Vol. 9 No. 1 Januari 2022: 14-24; DOI: 10.20473/vol9iss20221pp14-24

¹⁵ Makmuriyah dan Vanni. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Semarang). DOI:10.32493/eduka.v5i1.6362

¹⁶ Meileny & Wijaksana (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia*. Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis, 4(2), 200–209. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934>

¹⁷ Inayah, Nur; Ratno Agriyanto; Warno. (2018). *The Role Of Spirituality In The Behavior Of Sharia Bank Mobile Banking: Evidence From Indonesia*. Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan. Vol. 26 No.1 (2018) pp 197-224 DOI: <http://dx.doi.org/10.21580/ws.26.1.2611>

(*actual usage*), 5) pengalaman pengguna (*user experience*), 6) norma sosial (*social influence*) dan 7) persepsi risiko (*perceived risk*). Pemahaman faktor-faktor tersebut, penyedia layanan *mobile banking* dapat merancang strategi untuk meningkatkan adopsi dan retensi pengguna. Penerapan TAM dapat membantu mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dalam pengembangan dan pemasaran aplikasi *mobile banking*.

Sehingga faktor fitur layanan, kepercayaan dan kemudahan menjadi faktor yang mampu mempengaruhi minat dalam penggunaan sebuah produk atau teknologi khususnya *mobile banking*. Apabila fitur layanan dari teknologi tersebut berguna bagi penggunaannya maka akan dapat memunculkan minat dalam penggunaan. Begitu juga halnya dengan kemudahan yang didapatkan oleh pengguna dari teknologi apabila terdapat kemudahan dalam penggunaan teknologi maka akan mampu memunculkan minat. Kepercayaan menjadi faktor kunci dalam mempengaruhi munculnya minat, apabila kepercayaan seseorang sudah ada pada teknologi tersebut maka akan sangat besar peluang dalam memunculkan minat nasabah.

Meningkatnya adopsi pembayaran digital dan dompet elektronik terintegrasi dengan aplikasi *mobile banking*. Banyak aplikasi *mobile banking* memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran tagihan, transfer dana, dan pembelian barang dan layanan secara digital. Banyak lembaga keuangan dan bank tradisional menjalin kemitraan dengan perusahaan *fintech* untuk memperluas layanan mereka. Kemitraan ini dapat mencakup integrasi solusi *fintech* dalam aplikasi *mobile banking* atau pengembangan produk bersama, untuk lebih fokus pada peningkatan pengalaman pengguna dan pelayanan pelanggan. Aplikasi *mobile banking* tidak hanya menyediakan fungsi transaksional, tetapi juga berusaha memberikan pengalaman yang intuitif dan menyenangkan bagi pengguna. Peningkatan regulasi dan kepatuhan terkait dengan layanan keuangan digital. Pemerintah dan otoritas pengatur berupaya memastikan bahwa layanan *mobile banking* mematuhi standar keamanan dan privasi yang ditetapkan.

Berdasarkan observasi awal peneliti di Bank Syariah di Kabupaten Kendal, ternyata memiliki beberapa kendala, misalnya masalah *error*-nya pemakaian *mobile banking* dan juga ATM. Gangguan tersebut mengakibatkan nasabah tidak mampu mengakses fitur-fitur *basic* dalam *mobile banking* BSI. Adanya gangguan tersebut, akan membuat nasabah merasa keamanan transaksinya kurang aman. Tentu saja hal ini bisa menjadi masukan bagi pihak Bank BSI untuk memperbaiki keamanan

digitalnya akan nasabah merasa aman menggunakan layanan *mobile banking* dalam bertransaksi. Pihak Bank BSI juga tidak henti mengingatkan nasabah untuk terus menjaga kewaspadaan dan berhati-hati terhadap berbagai bentuk modus penipuan serta kejahatan digital yang mengatasnamakan Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas maka peneliti ingin meneliti seberapa besar pengaruh fitur layanan, kepercayaan, dan kemudahan menggunakan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Fitur layanan, kepercayaan dan kemudahan menggunakan akan membawakan suatu ketertarikan nasabah dalam pengambilan keputusan yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi pengguna layanan (*mobile banking*) dengan serangkaian keunggulan yang ditawarkan. Alasan BSI dijadikan sebagai objek penelitian karena BSI merupakan Bank Syariah yang mempunyai aplikasi *mobile banking* terbaik menurut total rating 4.4 dengan *review* sebanyak 33.688 berdasarkan *rate* bintang 5 dan total unduhan sebesar 1 Milyar lebih berdasarkan data Google Play. Oleh karena itu, peneliti tertarik mengkaji lebih dalam tentang **“Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Kecamatan Kendal Kabupaten Kendal)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka masalah pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah fitur layanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*?
3. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*.
2. Untuk menguji pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*.

3. Untuk menguji pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penelitian ini, peneliti menyajikan sistematika penulisan yang terdiri dari tiga bab dimana setiap bab terdiri dari sub bab yang ada, yaitu:

Bab satu pendahuluan, bab ini menyajikan tentang pendahuluan sebagai pengantar awal skripsi secara keseluruhan. Bab ini terdiri dari lima sub bab, yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab dua landasan teori, bab ini berisi tentang teori-teori yang bersangkutan dalam pelaksanaan penelitian ini. Bab ini juga menguraikan hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Kemudian dilanjutkan dengan pembahasan kerangka berfikir agar mempermudah peneliti untuk melanjutkan penelitian dan selanjutnya pengembangan hipotesis.

Bab tiga metodologi penelitian, bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data yang terbagi atas instrumen pengumpulan data dan metode pengambilan sampel, kemudian skala pengukuran, operasional variabel, metode analisis data yang terbagi atas uji validitas dan uji reliabilitas, dilanjutkan dengan uji hipotesis yang terbagi atas uji F (simultan) dan uji t (parsial), kemudian ada koefisien determinasi dan koefisien korelasi.

Bab empat hasil penelitian dan pembahasan, bab ini berisi tentang deskripsi dan analisis data. Deskripsi terdiri dari penyebaran kuisioner, karakteristik responden, dan analisis statistik. Dan metode penelitian yang terdiri dari pengujian pertama yaitu uji validitas dan realibilitas kuisioner, yang kedua ialah uji asumsi klasik, lalu yang ketiga ialah uji regresi linear berganda, kemudian yang keempat ada uji hipotesis, lalu uji yang kelima ialah uji koefisien determinasi, dan yang keenam adalah uji koefisien korelasi.

Bab lima penutup, bab ini memaparkan kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang berkenaan dengan penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORITIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) atau model penerimaan teknologi, yang diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1986, merupakan adaptasi dari *Theoretical Reasoning Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975¹⁸. Tujuan TAM adalah menjelaskan secara singkat faktor-faktor penentu perilaku pengguna dalam mengadopsi teknologi informasi agar dapat menerima penggunaan teknologi informasi itu sendiri. Model TAM diturunkan dari teori psikologi dan menggunakan keyakinan, sikap, minat, dan hubungan perilaku pengguna sebagai faktor penjelas untuk menjelaskan perilaku pengguna teknologi informasi. Dalam model ini, minat perilaku individu dalam mengadopsi bagian tertentu dari suatu teknologi ditentukan oleh sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut.

Technology Acceptance Model (TAM) menambahkan dua konstruksi dalam TRA yaitu, persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*). Penerimaan teknologi informasi ditentukan oleh dua konstruksi ini, karena keduanya memiliki tingkat determinan dan validitas yang telah teruji secara empiris Davis dalam Meileny dan Wijaksana¹⁹. Kedua konstruk ini secara bersamaan menentukan sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi. Pada dasarnya persepsi kegunaan mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan. Dengan menggunakan kedua struktur tersebut, TAM diharapkan dapat menjelaskan penerimaan sistem informasi itu sendiri oleh para pengguna sistem informasi.

TAM juga berpendapat bahwa dampak dari variabel eksternal (misalnya, karakteristik sistem, proses pengembangan, pelatihan) pada minat untuk menggunakan dimediasi oleh kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Dalam TAM, persepsi kegunaan juga dipengaruhi

¹⁸ Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. *Pengaruh Persepsi Kemudahan ...* 163

¹⁹ Meileny and Wijaksana. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia.*” *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 200–209. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934>

oleh persepsi kemudahan penggunaan karena semakin mudah menggunakan sistem maka semakin berguna.

2.1.2 Mobile Banking

Mobile banking adalah salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *Mobile banking* merupakan salah satu fasilitas layanan perbankan yang menggunakan teknologi maju, layanan ini berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan²⁰. *Mobile banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*. Layanan *mobile banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada SIM (*Subscriber Identity Module*) Card, USSD (*Unstructured Supplementary Service Data*), atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah.

Mobile banking bertujuan untuk meningkatkan layanan pelanggan dan memenuhi permintaan pasar, memberikan kemudahan untuk nasabah bertransaksi. Ada beberapa layanan yang digunakan nasabah dalam BSI *Mobile* seperti transfer ke semua rekening bank, pembayaran tagihan PLN, PDAM, TV kabel/Internet, pembelian pulsa, tarik tunai tanpa menggunakan kartu, info saldo rekening dan sebagainya. Dengan fasilitas layanan ini semua orang yang memiliki *mobile banking* di ponselnya dengan mudah bertransaksi dimana saja dan kapan saja. Pada akhirnya bank beramai-ramai menyediakan fasilitas *m-banking* demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah *m-banking*.

Mobile banking memberikan manfaat bagi pengguna yaitu dapat menghemat waktu dan tenaga karena transaksi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja selama bank masih online, tetapi ada beberapa fungsi yang tidak dapat digantikan seperti penarikan tunai. Jadi, dapat disimpulkan bahwa *mobile banking* adalah layanan yang diberikan bank kepada nasabah untuk melakukan transaksi secara online melalui perangkat telekomunikasi seperti ponsel, sehingga memberikan kemudahan dan kecepatan dalam transaksi perbankan

²⁰ Nurudin, Indah Musyawarah, Nurfitriani dan Abdul Jalil. (2020). *Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu*. Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah Vol, 2, No. 1

oleh nasabah. *Mobile banking* dibuat pada dasarnya adalah agar layanan perbankan dapat dioptimalkan dan mempermudah nasabah dalam bertransaksi, seperti dalam Surat Lukman ayat 19 berikut ini:

وَاقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاعْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ

Artinya:

“Dan sederhanakanlah dalam berjalan dan lunakkanlah suaramu. Sesungguhnya seburuk-buruk suara ialah suara keledai”.

Surat Lukman ayat 19 di atas menjelaskan bahwa menyederhanakan sesuatu itu baik, hubungannya dengan *mobile banking* adalah, transaksi perbankan yang dulu nya harus datang ke kantor, kemudian harus mengisi formulir dan lainnya, sekarang semakin sederhana dan mudah dengan adanya *mobile banking*.

2.1.3 Fitur Layanan

Kotler dan Armstrong menjelaskan bahwa fitur adalah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari produk pesaing. Fitur adalah karakteristik khusus yang terdapat pada suatu alat (televisi, ponsel, dan sebagainya) atau fungsi, kemampuan, atau desain khusus dari perangkat keras atau perangkat lunak. Fitur layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan akan melakukan transaksi secara online atau tidak.²¹

Fitur layanan yang diberikan BSI dalam *mobile banking* yaitu dapat membuka rekening bank baru secara online, pembayaran, pembelian, transfer ke semua bank, info rekening, info kurs, jadwal sholat, QRIS, jadwal sholat dan lainnya. Sehingga dapat memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi yang dibutuhkan. Adapun indikator variabel ini adalah sebagai berikut²²:

1. Kelengkapan fasilitas transaksi dan kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan masyarakat. Berikut merupakan tampilan dan fitur yang ada pada BSI Mobile.

²¹ Rahayu, P. P. (2019). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta)*. Yogyakarta. Skripsi Universitas Islam Indonesia

²² Romadloniyah and Prayitno. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank BRI Lamongan.*” *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163>

Gambar fitur BSI Mobile Banking



Jadwal Solat



2. Keamanan fasilitas dari virus komputer.
3. Biaya penggunaan fasilitas lebih murah.

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan atau jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Hal tersebut diharapkan efek dari dibuatnya aplikasi *mobile banking* yang diharapkan memberikan layanan maksimal pada nasabah. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267:

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

Artinya

“Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji.”

Berdasarkan Surat Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267 apabila dalam konteks perkembangan teknologi perbankan adalah manfaat dari *mobile banking*. Fitur-fitur yang ada dalam *mobile banking* bermanfaat bagi nasabah. Misalnya, *mobile banking* fiturnya dilengkapi dengan mode pembayaran PLS, PAM dan lain sebagainya.

2.1.4 Kepercayaan

Menurut Shen dalam Afifah²³, kepercayaan adalah harapan bahwa orang lain memutuskan untuk dipercaya tidak akan berperilaku oportunistis dengan mengambil keuntungan dari sebuah situasi. Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan²⁴. Menurut Ganesan dan Shankar dalam

²³ Afifah, R. (2017). *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri*. Jakarta. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah

²⁴ Harlan, D. M. (2014). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Resiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking*. Yogyakarta

Kurniawati *et al* ²⁵ menjelaskan bahwa kepercayaan itu merupakan refleksi dari dua komponen, yaitu:

1. *Credibility* (kredibilitas), perihal yang dapat dipercaya.
2. *Benevolence* (kebajikan), sesuatu yang mendatangkan kebaikan.

Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi pada perbankan. Terdapat beberapa indikator kepercayaan yaitu sebagai berikut ²⁶:

1. Keandalan, artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Kepedulian, merupakan sikap empati yang tinggi yang dapat dirasakan pihak bank mampu memberikan solusi permasalahan nasabahnya.
3. Kredibilitas, artinya penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya.

Kepercayaan (amanah) adalah hal yang sangat dijunjung tinggi. Bagi nasabah yang menggunakan *m-banking*, penting untuk memastikan bahwa mereka menggunakan layanan ini dengan kejujuran dan integritas. Mereka harus menghormati kesepakatan dan kontrak yang telah disepakati dengan bank atau lembaga keuangan dan tidak melakukan tindakan penipuan atau manipulasi. Ayat Al-Quran yang relevan yang mengajarkan tentang kepercayaan dan amanah adalah dalam Surah Al-Mu'minun ayat 8 sebagai berikut:

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِنِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رُءُونَ

Artinya:

"Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya."

Penting untuk diingat bahwa Islam tidak melarang kemajuan teknologi, termasuk penggunaan *m-banking*. Namun, penggunaan teknologi ini harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan dilakukan dengan integritas, kejujuran, dan tanggung jawab.

²⁵ Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., Arif, A., Ekonomi, F., & Unej, U. J. (2017). *Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified*. E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi, IV(1), 24–29.

²⁶ Fian and Yuniati. (2016). *Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya*. "Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 5(6), 1–18.

2.1.5 Kemudahan

Pengembangan teknologi informasi tidak lepas dengan yang dinamakan transaksi *mobile banking*, karena fitur layanan ini diharapkan bisa membantu kegiatan transaksi nasabah perbankan. Aplikasi teknologi informasi akan meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih efektif daripada bank konvensional. Tanpa adanya teknologi informasi dalam aplikasi *mobile banking*, maka *mobile banking* tidak akan berjalan dan dimanfaatkan oleh industri perbankan.

Ada prinsip hukum yang disebut *ruhsah* dalam Islam, yang mengandung makna kemudahan atau keringanan. Prinsip ini memperbolehkan hal-hal yang sebenarnya diharamkan dalam kondisi-kondisi tertentu yang memerlukan kemudahan. Namun, pemahaman tentang prinsip ini harus dilakukan dengan bijak dan tidak digunakan untuk menyalahi hukum-hukum Islam yang sebenarnya. Dalam Al-Quran, Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Baqarah (2:185) sebagai berikut:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

Artinya:

"Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan Dia tidak menghendaki kesukaran bagimu".

Berdasarkan ayat di atas, dapat disimpulkan bahwa Islam menganjurkan kemudahan dalam transaksi dan urusan kehidupan. Oleh karena itu, penggunaan *m-banking* sebagai bentuk kemajuan teknologi yang memudahkan transaksi dan keuangan dapat diterima dalam Islam, selama dilakukan dengan kejujuran, ketelitian, dan tidak melanggar prinsip-prinsip Islam lainnya seperti larangan riba.

Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, *simple* dan mudah pengoperasiannya²⁷. Davis dalam Meileny dan Wijaksana²⁸ mengatakan bahwa

²⁷ Laksana, Astuti, and Dewantara. (2015). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan*

kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) sebuah teknologi informasi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa sebuah sistem dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang keras.

Kemudahan penggunaan terhadap minat masyarakat menggunakan *m-banking* menekankan pada anggapan tentang kemudahan yang akan diterima dalam penggunaan teknologi informasi tersebut. Dalam *m-banking* bila jasa yang diberikan suatu bank dipersepsikan mudah maka nasabah akan terdorong untuk selalu menggunakan *m-banking*. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya (*user*)²⁹. Adapun beberapa indikator oleh Davis dalam Meileny dan Wijaksana³⁰ berikan dalam sebuah kemudahan teknologi informasi, diantaranya:

1. Mudah dioperasikan, digunakan dan dipelajari.
2. Membuat pengguna teknologi lebih mudah dalam melakukan suatu pekerjaan.
3. Menambah pengetahuan dan keterampilan dalam teknologi informasi.

2.1.6 Minat

Kotler dan Keller dalam Badarudin dan Risma³¹ menjelaskan bahwa minat adalah sebuah perilaku konsumen yang memiliki keinginan dalam memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan dalam menginginkan suatu produk. Sedangkan,

Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang , Jawa Tengah)." Jurnal Administrasi Bisnis, 26(2), 1–8.

²⁸ Meileny & Wijaksana (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia*. Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis, 4(2), 200–209. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934>

²⁹ Laksana, Astuti, and Dewantara. (2015). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)*." Jurnal Administrasi Bisnis, 26(2), 1–8

³⁰ Meileny & Wijaksana (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia*. Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis, 4(2), 200–209. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934v>

³¹ Badaruddin & Risma (2021). *Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak). Telanaipura Jambi*, 1(1), 36122

Jogiyanto dalam Habibi dan Zaky³² menjelaskan minat perilaku (*behavioral intention*) adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat berhubungan dengan perilaku-perilaku atau tindakan-tindakan, akan tetapi minat dapat berubah menurut waktu, semakin lebar interval waktu, semakin dimungkinkan terjadi perubahan-perubahan minat seseorang.

Nasabah merupakan orang yang berhubungan dengan bank atau menjadi pelanggan bank dalam hal keuangan. Minat nasabah merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu objek, cenderung untuk memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar terhadap objek tersebut, namun apabila objek tersebut tidak menimbulkan rasa senang, maka ia tidak akan memiliki minat pada objek tersebut. Minat dapat diartikan sebagai suatu keinginan yang timbul dari suatu perhatian seseorang terhadap barang, benda atau dapat juga dikatakan sebagai dorongan ingin melakukan kegiatan tertentu³³.

Konteks penggunaan sistem informasi perilaku (*behaviour*) merupakan penggunaan sesungguhnya (*actual usage*) dari teknologi tersebut seperti *mobile banking* dan apabila *mobile banking* memiliki ketertarikan yang unik maka minat nasabah untuk menggunakannya akan semakin tinggi³⁴. Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat adalah dorongan yang menyebabkan seseorang untuk melakukan sesuatu perilaku yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhannya. Seseorang yang berminat terhadap suatu objek maka akan melakukan tindakan untuk mewujudkan keinginan tersebut. sehingga dapat dikatakan bahwa minat berkaitan dengan perilaku seseorang akan sesuatu yang disukai.

Indikator untuk mengetahui minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* adalah keinginan. Seseorang yang menggunakan teknologi akan terus

³² Habibi & Zaky (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699

³³ Irani, Anisah Fitri. (2019). *Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo*. *Journal of Islamic Management and Bussines* Vol, 2, No.2

³⁴ Rithmaya, C. L. (2016). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking*. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 16, No. 1

menggunakannya untuk masa depan. Indikator tentang minat adalah sebagai berikut³⁵:

1. Minat transaksional, yaitu untuk membeli atau menggunakan suatu produk.
2. Minat refensial, yaitu untuk merefrensikan suatu produk kepada orang lain.
3. Minat Eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang mencari informasi mengenai suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Penggunaan *m-banking* harus dilakukan secara adil dan tidak merugikan pihak lain. Penggunaan teknologi ini tidak boleh dimanipulasi untuk mencuri atau menipu orang lain. Semua transaksi harus dilakukan dengan jelas dan jujur, sehingga hal ini dapat mempengaruhi nasabah dalam menggunakan *m-banking*. Dalam Surah An-Nisa' (4:29), Allah SWT menyatakan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ

Artinya:

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil".

Prinsip penting dalam keuangan Islam adalah larangan terhadap riba atau bunga. Nasabah harus memastikan bahwa *m-banking* yang mereka gunakan tidak melibatkan transaksi yang mengandung riba. Islam menganjurkan untuk menghindari riba dalam segala bentuknya.

2.1.7 Bank Syariah

Bank adalah salah satu bentuk kegiatan muamalah manusia yang merupakan suatu lembaga yang bergerak dalam bidang keuangan. Pada dasarnya bank adalah lembaga perantara dan penyaluran dana antara pihak yang berlebihan dengan pihak yang kekurangan. Dalam perekonomian modern, bank telah menunjukkan peranan yang penting dan berhasil dengan baik dalam penyaluran dana masyarakat³⁶. Menurut UU No. 7 tahun 1992 yang direvisi dengan UU Perbankan No. 10 Tahun 1998 mendefinisikan bank syariah adalah

³⁵ Makmuriyah and Vanni, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang)."

³⁶ Damastuti, I. E. (2010). *Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah Dengan Menggunakan Income Statement Approach Dan Value Added Approach (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang)*. Skripsi Universitas Diponegoro

lembaga keuangan yang pengoperasiannya dengan sistem bagi hasil. Dalam UU No.21 tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah mengemukakan pengertian perbankan syariah dan pengertian bank syariah. Perbankan Syariah yaitu segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, mencakup kegiatan usaha, serta tata cara dan proses di dalam melaksanakan kegiatan usahanya³⁷.

Pembentukan perbankan dengan sistem bagi hasil didasarkan pada dua alasan utama, yaitu: (1) adanya pandangan bahwa bunga (*interest*) pada bank konvensional hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang dilarang dalam agama Islam, (2) dari aspek ekonomi, penyerahan risiko usaha terhadap salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan³⁸. Dalam menjalankan operasinya, fungsi bank syariah terdiri:

1. Sebagai penerima amanah untuk melakukan investasi atas dana-dana yang dipercayakan oleh pemegang rekening investasi/deposan atas dasar prinsip bagi hasil sesuai dengan kebijakan investasi bank.
2. Sebagai pengelola investasi atas dana yang dimiliki oleh pemilik dana/shahibul maal sesuai dengan arahan investasi yang dikehendaki oleh pemilik dana (dalam hal ini bank bertindak sebagai manajer investasi).
3. Sebagai penyedia jasa lalu lintas pembayaran dan jasa-jasa lainnya sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
4. Sebagai pengelola fungsi sosial seperti pengelolaan dana zakat dan penerimaan serta penyaluran dana kebajikan (fungsi optimal) (Damastuti, 2010).

Konsep berbagi risiko dalam perbankan syariah mencerminkan prinsip *mudharabah* dan *musharakah*. Dalam Surah Al-Hasyr (59:7), Allah SWT berbicara tentang orang-orang Muhajirin dan Anshar yang memberi perlindungan kepada kaum Muhajirin yang datang dari kota Makkah dengan berbagi harta mereka:

³⁷ Najib, M. A. (2017). *Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah*. Jurisprudence, Vol. 7 No. 1.

³⁸ Laksana, & Giga Bawa dkk. (2015). *Pengaruh Persepsi kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 26, No 2

وَالَّذِينَ تَبَوَّءُوا الدَّارَ وَالْإِيمَانَ مِنْ قَبْلِهِمْ يُحِبُّونَ مَنْ هَاجَرَ إِلَيْهِمْ وَلَا يَجِدُونَ فِي صُدُورِهِمْ حَاجَةً مِمَّا أُوتُوا وَيُؤْثِرُونَ عَلَىٰ أَنْفُسِهِمْ وَلَوْ كَانَ بِهِمْ خَصَاصَةٌ ۗ

Artinya:

"Dan orang-orang yang telah menempati negeri ini dan beriman sebelum mereka (Al-Anshar), mencintai orang yang berhijrah kepada mereka, dan mereka tidak merasa cemburu terhadap apa yang diberikan kepada mereka (orang Muhajirin). Dan mereka lebih mengutamakan (orang-orang Muhajirin) atas diri mereka sendiri, sekalipun mereka masih dalam kesempitan..."

Meskipun tidak ada ayat yang secara khusus menyebutkan tentang perbankan syariah, prinsip-prinsip yang menjadi dasar perbankan syariah terdapat dalam Al-Quran melalui larangan riba dan prinsip berbagi risiko. Lembaga keuangan syariah berupaya menerapkan prinsip-prinsip ini dalam layanan dan produk mereka agar sesuai dengan ajaran Islam.

2.2 Penelitian Terdahulu

Peneliti mencantumkan beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya sebagai bahan rujukan dalam memperkuat teori penelitian yang sekarang, dikemukakan untuk memperjelaskan perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya sebagai berikut:

1. Meileny dan Wijaksana³⁹ dengan penelitian berjudul "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E-Money* Di Jawa Tengah". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manfaat, kemudahan penggunaan, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-money*. Objek penelitian ini adalah orang-orang di Jawa Tengah yang merupakan pengguna uang elektronik. Analisis yang dilakukan adalah analisis regresi linier berganda. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner yang diukur dengan skala *likert*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kegunaan, kemudahan penggunaan, fitur layanan dan kepercayaan memiliki positif pada minat dalam menggunakan *e-money* dengan memperoleh persamaan regresi $Y = 2,081 + 0,093 X_1 + 0,170 X_2 + 0,135 X_3 + 0,506 X_4$.

³⁹ Meileny & Wijaksana (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia*. Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis, 4(2), 200–209. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934>

2. Makmuriyah dan Vanni⁴⁰ dengan penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Semarang)”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam mengaplikasikan layanan *mobile banking* pada nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Semarang, seperti: kemudahan penggunaan, risiko dan fitur layanan. Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan kuantitatif dengan metode pengambilan sampelnya memakai teknik *sampling purposive*. Pengukuran yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* yang diolah melalui aplikasi SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa setiap variabel independen yang terdiri dari kemudahan penggunaan, risiko, dan fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* dan dinyatakan hipotesis yang diajukan diterima.
3. Badaruddin dan Risma⁴¹ dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fitur layanan dan kemudahan terhadap minat masyarakat menggunakan *Mobile Banking* pada masyarakat desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner (angket), wawancara serta dokumentasi. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 responden yang diambil dari masyarakat desa Rantau Rasau kecamatan Berbak, baik yang menggunakan *Mobile Banking* maupun yang belum menggunakan *Mobile Banking*. Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, uji t, uji f dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial fitur layanan dan kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*, untuk fitur layanan nilai signifikan yang dihasilkan adalah $0,022 < 0,05$, untuk kemudahan nilai signifikan yang dihasilkan adalah $0,000 < 0,05$. Dan secara

⁴⁰ Makmuriyah & Vanni (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Semarang)*. Eduka : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis, 5(1).

⁴¹ Badaruddin & Risma (2021). *Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak)*. Telanaipura Jambi, 1(1), 36122

simultan fitur layanan dan kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* dengan nilai signifikan yang dihasilkan $0,000 < 0,05$.

4. Rahmantika⁴² dengan penelitian yang berjudul “Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *Electronic Money*: Integrasi Model TAM – TPB Dengan *Perceived Risk*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money*. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah 260 responden mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Sampel diambil menggunakan teknik convenience sampling. Metode analisis yang digunakan yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi minat penggunaan *e-money*, sementara persepsi risiko kinerja, risiko sosial, risiko waktu, risiko keuangan, dan risiko keamanan tidak menunjukkan adanya pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*.
5. Arfaizar et al⁴³ dengan penelitian berjudul “Inovasi Dan Tantangan Perbankan Syariah Pada Era Digital di Indonesia”, menghasilkan kesimpulan bahwa Perbankan syariah dapat lebih mengembangkan produknya dengan memanfaatkan kecerdasan buatan (AI), menambahkan variasi produk digital dan mengelola SDM. Sedangkan tantangan yang dihadapi saat ini diantaranya perlindungan data digital dari kebocoran, penyalahgunaan teknologi dan permasalahan masyarakat yang semakin kompleks.
6. Laksana et al⁴⁴ dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah), menghasilkan kesimpulan bahwa uji F juga menunjukkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan,

⁴² Rahmatika & Fajar (2019). *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model TAM – TPB Dengan Perceived Risk*. Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen, 8(2), 274–284. <https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557>

⁴³ Arfaizar et al. (2023). *Inovasi Dan Tantangan Perbankan Syariah Pada Era Digital di Indonesia*. WADIAH: Jurnal Perbankan Syariah. DOI: <https://doi.org/10.30762/wadiah.v7i2.327>

⁴⁴ Laksana et al. (2015). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 26 No. 2 September 2015

persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Besarnya pengaruh variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian terhadap minat menggunakan mobile banking adalah sebesar 50,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

7. Habibi dan Zaky⁴⁵ dengan penelitian berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah”, menghasilkan kesimpulan bahwa konstruk persepsi kegunaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap sikap penggunaan dan sikap berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking syariah. Sebaliknya, kepercayaan dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah. Hal ini berarti bahwa minat menggunakan mobile banking syariah dipengaruhi oleh sikap dan sikap dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan persepsi kenyamanan. Penelitian ini relevan untuk bank syariah untuk memfokuskan Kembali faktor persepsi kegunaan dan persepsi kenyamanan pada layanan mobile banking syariah.
8. Widyandri dan Laila⁴⁶ dengan penelitian yang berjudul “*Analysis of the Influence of Mobile Banking and Financial Inclusion on the Financial Performance of Sharia Banks in Indonesia for the Period 2014-2019*”, menghasilkan kesimpulan bahwa Bagi bank umum Syariah, agar memperluas jaringan mobile banking secara maksimal sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan bank Syariah di Indonesia dan menjadi pertimbangan bagi para manajemen untuk melakukan investasi di mobile banking untuk meningkatkan profitabilitas bank syariah secara jangka panjang.
9. Romadloniyah dan Prayitno⁴⁷ dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan

⁴⁵ Habibi dan Zaky. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah*. Skripsi. Universitas Brawijaya

⁴⁶ Widyandri dan Laila. (2022). *Analysis of the Influence of Mobile Banking and Financial Inclusion on the Financial Performance of Sharia Banks in Indonesia for the Period 2014-2019*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan p-ISSN: 2407-1935, e-ISSN: 2502-1508. Vol. 9 No. 1 Januari 2022: 14-24; DOI: 10.20473/vol9iss20221pp14-24

⁴⁷ Romadloniyah dan Prayitno. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam*

Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank BRI Lamongan”, menghasilkan kesimpulan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Manfaat secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah PT. BRI Cabang Lamongan. Dari penelitian ini diperoleh nilai R Square sebesar 0.811, yang artinya seluruh variabel bebas yakni persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, persepsi kepercayaan dan persepsi manfaat mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 81.1% terhadap variabel terkait yaitu minat nasabah, sedangkan 18.9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

10. Sari⁴⁸ dengan penelitian berjudul “Analisis Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia (BSI) MT Haryono KC. Semarang di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo)”, menghasilkan kesimpulan bahwa BSI Mobile berguna untuk kemudahan dan kecepatan sedangkan untuk aktivasi, kepuasan, fasilitas, alternatif, dan pembayaran non tunai menunjukkan bahwa minat nasabah masih kurang dalam penggunaan BSI Mobile di BSI MT. Haryono di tengah pandemi Covid-19. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor penghambat seperti trouble, kurang literasi terhadap fitur-fitur BSI Mobile, transaksi kegagalan dan faktor yang menghambat secara umum yaitu pengembangan sistem karena migrasi, butuh pembaharuan data jika mengalami perubahan dan rendahnya kesadaran nasabah.

2.3 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian adalah konseptual mengenai bagaimana satu teori berhubungan di antara berbagai faktor yang telah diidentifikasi penting terhadap masalah penelitian. Ketatnya persaingan antar bank yang membuat bank berlomba-lomba memberikan pelayanan jasa yang terbaik. Salah satu fasilitas yang diberikan oleh bank ialah *mobile banking*. Manfaat didefinisikan sebagai suatu ukuran di mana penggunaan suatu teknologi *mobile banking* dipercaya akan mendatangkan manfaat

Menggunakan E-Money Pada Bank BRI Lamongan. Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi. Volume III No. 2, Juni 2018. ISSN 2502 - 3764

⁴⁸ Sari, Ferina Hotifa. (2021). *Analisis Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia (BSI) MT Haryono KC. Semarang di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

bagi orang yang menggunakannya. Semakin besar manfaat *mobile banking* maka semakin besar pula mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakannya.

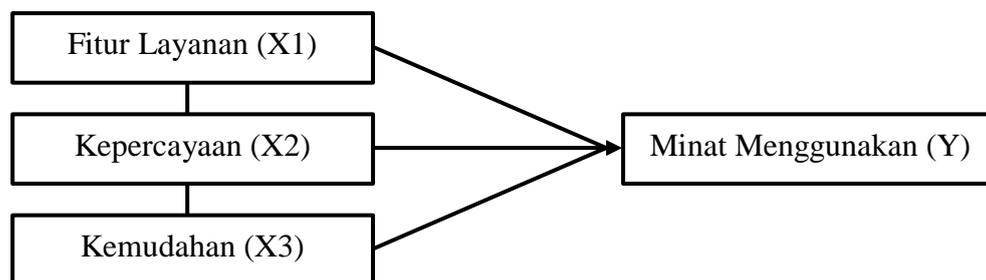
Fitur layanan yang diberikan BSI dalam *mobile banking* yaitu dapat membuka rekening bank baru secara online, pembayaran, pembelian, transfer ke semua bank, info rekening, info kurs, jadwal sholat, QRIS, jadwal sholat dan lainnya. Sehingga dapat memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi yang dibutuhkan⁴⁹. Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan. Semakin besar kepercayaan dalam menggunakan teknologi *mobile banking* maka semakin besar pula minat seseorang menggunakan teknologi *mobile banking* tersebut. Dibuktikan oleh penelitian Meileny dan Wijaksana⁵⁰ bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *m-banking*. Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagaimana sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dapat dikatakan bahwa jika suatu teknologi *mobile banking* memberikan kemudahan bagi penggunanya maka semakin besar pula minat nasabah menggunakan teknologi *mobile banking* tersebut. Dibuktikan oleh penelitian Laksana *et al*⁵¹ bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *m-banking*.

⁴⁹ Romadloniyah and Prayitno. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan.* Jurnal Akuntansi, 3(3), 699. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163>

⁵⁰ Meileny & Wijaksana (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia.* Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis, 4(2), 200–209. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934>

⁵¹ Laksana et al (2015). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang , Jawa Tengah).* Jurnal Administrasi Bisnis, 26(2), 1–8

Berdasarkan uraian tersebut, maka kerangka pemikiran dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis dapat dikatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik⁵². Berdasarkan kerangka berfikir dan teori sebelumnya, maka didapat hipotesis sebagai berikut:

2.4.1 Fitur Layanan Berpengaruh Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

Fitur layanan yang menawarkan kemudahan dalam mengakses akun bank secara cepat dan mudah dari perangkat seluler akan meningkatkan tingkat kenyamanan nasabah. Contoh fitur ini adalah login dengan sidik jari atau pemindaian wajah, yang mengurangi kerumitan dalam memasukkan nama pengguna dan kata sandi setiap kali ingin menggunakan aplikasi. Penelitian Aditya Wardhana (2015), dikatakan bahwa fitur layanan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Pihak bank harus senantiasa meningkatkan kualitas dari fitur layanan *mobile banking* agar tingkat kepuasan nasabah tidak menurun.

H1 : fitur layanan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*

2.4.2 Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

Seiring maraknya kejahatan internet, keamanan dan kerhasiaan menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan *internet banking*. Isu keamanan dan kerhasiaan menjadi isu yang paling diperhatikan oleh pengguna dalam

⁵² Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)* Bandung: Alfabeta. 3

penggunaan teknologi informasi. Kebanyakan pengguna tidak memahami betul resiko keamanan dan kerahasiaan dari elektronik *banking*. Pengguna beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan teknologi informasi dari layanan *mobile banking*. Belum tentu sebuah bank besar, keamanan dan kerahasiaan nasabah terlindungi dengan baik. Hasil penelitian Rahayu (2019) terdapat pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

H2 : kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*

2.4.3 Kemudahan Berpengaruh Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

Kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang di dalam mempelajari teknologi informasi. Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan teknologi informasi bekerja lebih mudah dibandingkan dengan orang yang bekerja tanpa menggunakan teknologi informasi (secara manual). Pengguna teknologi informasi memercayai bahwa sistem informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan. Hasil penelitian Himawati (2018) menunjukkan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Sejalan dengan penelitian Ledesman (2018) bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Sama halnya dengan penelitian Rahayu (2019) terdapat pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

H3: kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, menurut Sugiyono⁵³ metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik. Penelitian kuantitatif juga merupakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian langsung dilakukan di lapangan atau pada responden.

3.2 Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif merupakan data penelitian yang berupa observasi, wawancara dan dokumentasi, sedangkan data kuantitatif merupakan data penelitian yang berisi data-data yang diperoleh dari lapangan yang diolah menjadi angka-angka dalam analisis statistik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan gabungan dari keseluruhan objek yang berbentuk hal, peristiwa atau individu yang memiliki karakteristik yang serupa atau yang diduga, yang hasil penelitiannya akan menunjukkan sebuah kesimpulan bagi populasi tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BSI di Kecamatan Kendal, Kabupaten Kendal yang menggunakan *mobile banking* jangka waktu minimal 2 tahun karena BSI baru ada pada tahun 2021, yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Karena pengguna *mobile banking* Bank BSI setiap harinya mengalami perubahan.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan subjek dari populasi yang terdiri dari beberapa populasi tersebut⁵⁴. Karena jumlah populasi yang menggunakan *mobile banking* Bank BSI di Kecamatan Kendal, Kabupaten Kendal belum diketahui secara

⁵³ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan ...* 15

⁵⁴ Muhammad Ansori. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Surabaya: Airlangga University Press. 22

pasti, maka dalam menentukan sampel peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

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

Moe = *Margin of error*, tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 10%

Dengan menggunakan rumus tersebut, maka jumlah sampel minimal yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Atau 96 dan dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 96 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu⁵⁵. Adapun kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh responden dalam penelitian ini adalah menggunakan mobile banking Bank BSI jangka waktu minimal 2 tahun di Kecamatan Kendal, Kabupaten Kendal.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawab. Kuesioner akan di berikan kepada nasabah Bank BSI yang menggunakan *mobile banking* di Kecamatan Kendal, Kabupaten Kendal. Pertanyaan yang dibuat harus jelas dan tidak membuat responden bingung dengan pertanyaan yang telah diberikan. Responden hanya memilih atau memberikan tanda centang pada pertanyaan di dalam kuesioner yang menggunakan

⁵⁵ Muhammad Ansori. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 25-27

skala *likert*. Skala *likert* memiliki 5 tingkat preferensi jawaban masing-masing mempunyai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala Likert

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

Sumber: ⁵⁶

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisa data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Sampel yang digunakan 100 responden yang dapat dideskripsikan berdasarkan jenis kelamin, usia dan pendidikan terakhir.

3.5.2 Analisis Statistik

3.5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah hasil dari jawaban responden tersebut valid atau tidak. Hal ini mengingat jawaban para responden satu dengan yang lain berbeda. Kriteria dikatakan valid apabila nilai r hitung \geq nilai r tabel. Sebaliknya, jika r hitung \leq r tabel maka pertanyaan dinyatakan tidak valid ⁵⁷.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel tersebut dapat dipercaya untuk dilakukan pengujian selanjutnya. Suatu hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama, diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama. Alat untuk

⁵⁶ Ansori (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Surabaya: Airlangga University Press.

⁵⁷ Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*,” (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

mengukur reliabilitas adalah *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila hasil $\alpha > 0,60$ = reliabel dan hasil $\alpha < 0,60$ = tidak reliabel⁵⁸.

3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model residu dan persamaan regresinya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji hal tersebut dapat digunakan cara analisis statistik *Kolmogrov-Smirnov*. Jika nilai statistik *Kolmogrov-Smirnov* signifikan di atas tingkat signifikansi tertentu maka dapat disimpulkan terpenuhinya asumsi normalitas. Data dinyatakan berdistribusi normal, jika *Asymp. Sig* pada uji *Kolmogrov-Smirnov* yang diperoleh lebih besar dari taraf signifikansi (α) sebesar 5%⁵⁹. Pengambilan uji normalitas sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau variabel bebas⁶⁰. Pengujian ini menggunakan tabel VIF dalam program SPSS sebagai berikut:

- 1) Tolerance value $< 0,10$ atau VIF > 10 : terjadi multikolinearitas.
- 2) Tolerance value $> 0,10$ atau VIF < 10 : tidak terjadi multikolinearitas.

⁵⁸ Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate ...*43

⁵⁹ Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate ...*43

⁶⁰ Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate ...*43

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk melakukan apakah pada model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian dalam residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedasitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas⁶¹. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heterokedastisitas dapat dideteksi dengan uji *Glejser*, *Park* atau *White Test*. Uji Gletser dilakukan dengan mengapresiasi variabel-variabel bebas terhadap nilai absolut residual. Untuk melihat tidak terjadi gejala heteroskedastisitas nilai signifikansi (Sig.) > 0,05.

3.5.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menganalisis apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen pada penelitian ini. Rumus analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y= Minat Menggunakan	X1	= Fitur Layanan
a = Konstanta	X2	= Kepercayaan
b = Koefisien regresi	X3	= Kemudahan
e = Standar Error		

3.5.2.5 Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji t untuk menguji seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel (fitur layanan, kepercayaan dan kemudahan) terhadap variabel terikat (minat menggunakan) apakah bermakna atau tidak⁶². Kriteria pengujiannya adalah:

- 1) H₀ diterima dan H_a ditolak, jika t-hitung < t-tabel pada α = 5%
- 2) H₀ ditolak dan H_a diterima, jika t-hitung > t-tabel pada α = 5%

b. Uji Signifikansi Simultab (Uji F)

Uji signifikansi simultan (Uji F) digunakan untuk menguji apakah variabel independen (fitur layanan, kepercayaan dan kemudahan)

⁶¹ Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate ...*43

⁶² Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate ...*43

secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (minat menggunakan)⁶³. Kriteria pengujiannya adalah:

- 1) H₀ diterima dan H_a ditolak, jika F-hitung < F-tabel pada $\alpha = 5\%$
- 2) H₀ ditolak dan H_a diterima, jika F-hitung > F-tabel pada $\alpha = 5\%$

c. Koefisien Determinasi (R²)

Pengujian koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen (fitur layanan, kepercayaan dan kemudahan) terhadap variabel independen (minat menggunakan)⁶⁴. Jika koefisien determinasi (R²) semakin besar atau mendekati 1 menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y di mana $0 < R^2 < 1$, jika R² semakin kecil atau mendekati nol maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen adalah kecil terhadap variabel dependen. Artinya model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen

3.6 Operasional Variabel Penelitian

Pada dasarnya penentuan variable penelitian merupakan operasional konstrak supaya dapat diukur. Dalam pnelitian ini operasional variable penelitian dan pengukuran variable dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Pengertian	Indikator
1	Fitur Layanan (X1)	Kotler dan Armstrong menjelaskan bahwa fitur adalah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari produk pesaing.	1. Kelengkapan fasilitas transaksi dan kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan masyarakat. 2. Keamanan fasilitas dari virus komputer. 3. Biaya penggunaan fasilitas lebih murah ⁶⁵
2	Kepercayaan	Menurut Shen dalam	1. Kehandalan, artinya

⁶³ Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate ...*

⁶⁴ Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate ...*

⁶⁵ Romadloniyah and Prayitno, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan."

	(X2)	Afifah kepercayaan adalah harapan bahwa orang lain memutuskan untuk dipercaya tidak akan berperilaku oportunistis dengan mengambil keuntungan dari sebuah situasi.	<p>kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan.</p> <p>2. Kepedulian, merupakan sikap empati yang tinggi yang dapat dirasakan pihak bank mampu memberikan solusi permasalahan nasabahnya.</p> <p>3. Kredibilitas, artinya penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya ⁶⁶</p>
3	Kemudahan (X3)	Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang keras.	<p>1. Mudah dioperasikan, digunakan dan dipelajari</p> <p>2. Membuat pengguna teknologi lebih mudah dalam melakukan suatu pekerjaan</p> <p>3. Menambah pengetahuan dan keterampilan dalam teknologi informasi ⁶⁷</p>
4	Minat Menggunakan (Y)	Kotler dan Keller dalam Badaruddin & Risma menjelaskan bahwa	1. Minat transaksional, yaitu untuk membeli atau menggunakan suatu

⁶⁶ Fian and Yuniati. (2016). *Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya.*” Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 5(6), 1–18.

⁶⁷ Meileny and Wijaksana. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia.*” Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis, 4(2), 200–209. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934>

		<p>minat adalah sebuah perilaku konsumen yang memiliki keinginan dalam memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan dalam menginginkan suatu produk</p>	<p>produk.</p> <p>2. Minat refensial, yaitu untuk merefrensikan suatu produk kepada orang lain.</p> <p>3. Minat Eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang mencari informasi mengenai suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut⁶⁸</p>
--	--	--	---

⁶⁸ Makmuriyah and Vanni. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang).*” Eduka : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis, 5(1).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Deskripsi Perusahaan PT. Bank Syariah Indonesia

PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah lembaga keuangan syariah yang berbasis di Indonesia yang didirikan pada 1 Februari 2021. Bank BSI ini dibentuk dengan menggabungkan tiga bank syariah BUMN terbesar: Bank BNI Syariah, Bank Mandiri Syariah, dan Bank BRI Syariah. Berdirinya perbankan syariah ini merupakan usulan dari Menteri BUMN yaitu Erick Thohir. Tujuan penggabungan 3 bank syariah ini bahwa Indonesia dapat menjadikan pusat ekonomi dan keuangan syariah.

PT. Bank Syariah Indonesia kini mengoperasikan 1.1365 cabang cabang di seluruh Indonesia. Penelitian ini berlokasi di Kantor cabang Bank BSI di Grobogan Jawa Tengah. Pada KC Bank BSI di Grobogan ini, melayani nasabah dengan membantu membuat rekening baru atau permasalahan terkait masalah tabungan yang dimiliki oleh nasabah yang sudah tiada yang diurus oleh keluarga melalui layanan secara langsung kepada *customer service* pada kantor cabang. Di Kantor cabang ini juga bisa melakukan transaksi untuk keperluan nasabah pada *teller*. Dalam kantor cabang ini juga menyediakan layanan gadai emas atau membeli emas pada marketing yang dimiliki oleh kantor cabang.

4.1.2 Visi Misi Perusahaan PT. Bank Syariah Indonesia

a. Visi

Top 10 Global Islamic Bank

b. Misi

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

masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

4.2 Analisis Deskriptif

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin		
Keterangan	Jumlah	Persentase
Pria	29	29%
Wanita	71	71%
Total	100	100%

Berdasarkan Tabel 4.1 menyatakan bahwa dari 100 responden di dominasi oleh perempuan, yaitu sebanyak 71 responden atau setara dengan 71% sedangkan jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 29 responden atau setara dengan 29%.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia		
Keterangan	Jumlah	Persentase
< 21 tahun	27	27%
22 - 28 tahun	70	70%
29 - 35 tahun	1	1%
> 36 tahun	2	2%
Total	100	100%

Berdasarkan Tabel 4.2 terlihat bahwa dari 100 responden diantaranya terdiri dari responden yang berusia kurang dari 21 tahun sebanyak 27 orang atau 27%, usia 29-35 tahun sebanyak 1 orang atau 1%, usia diatas 36 tahun sebanyak 2 orang atau 2% dan sisanya didominasi oleh responden berusia 22-28 tahun sebanyak 70 responden atau setara dengan 70%.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.3
Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan Terakhir		
Keterangan	Jumlah	Persentase
SMA	24	24%
Sarjana (S1)	67	67%
Pascasarjana (S2/S3)	9	9%
Total	100	100%

Berdasarkan Tabel 4.3 menyatakan bahwa dari 100 responden di dominasi oleh responden yang tingkat pendidikan terakhirnya S1 yang berjumlah 67 orang (67%), sedangkan responden dengan tingkat pendidikan SMA sebanyak 24 orang (24%) dan Pascasarjana (S2/S3) sebanyak 9 orang (9%).

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Marital Status

Tabel 4.4
Marital Status

Tingkat Pendidikan Terakhir		
Keterangan	Jumlah	Persentase
Menikah	56	56%
Belum Menikah	44	44%
Total	100	100%

Berdasarkan Tabel 4.4 menyatakan bahwa dari 100 responden di dominasi oleh responden yang sudah menikah berjumlah 56 orang (56%), sedangkan responden yang belum menikah berjumlah 44 orang (44%).

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan *Income*

Tabel 4.5
Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan Terakhir		
Keterangan	Jumlah	Persentase
< 2jt	30	30%
2jt – 4jt	60	60%
4jt – 6jt	3	3%

6jt – 10jt	5	5%
> 10jt	2	2%
Total	100	100%

Berdasarkan Tabel 4.5 menyatakan bahwa dari 100 responden dengan penghasilan < 2jt berjumlah 30 orang (30%), penghasilan 2jt – 4jt berjumlah 60 orang (60%), penghasilan 4jt – 6jt berjumlah 3 orang (3%), penghasilan 6jt – 10jt berjumlah 5 orang (5%) dan penghasilan > 10jt berjumlah 2 orang (2%).

4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Tabel 4.6

Lama Menjadi Responden

Tingkat Pendidikan Terakhir		
Keterangan	Jumlah	Persentase
< 1 tahun	67	67%
1-2 tahun	12	12%
2-3 tahun	21	21%
Total	100	100%

Berdasarkan Tabel 4.6 menyatakan bahwa dari 100 responden, berdasarkan lama menjadi nasabah < 1 tahun berjumlah 67 orang (67%), 1-2 tahun berjumlah 12 orang (12%) dan 2-3 tahun berjumlah 21 orang (21%).

4.3 Analisis Statistik

4.3.1 Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *Pearson Correlation*, pedoman suatu model dikatakan valid jika tingkat signifikansinya dibawah 0,05 maka butir pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid. Selain itu, kriteria yang digunakan dalam menentukan valid tidaknya pertanyaan-pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$), jumlah responden sebanyak 100 responden untuk uji, dan dibandingkan dengan nilai r tabel = 0,3610 yang di dapat dari *degree of freedom* (df) = n – 2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel uji yaitu 100 responden.

1) Variabel Fitur Layanan

Tabel 4.7
Variabel Fitur Layanan

Pertanyaan	Nilai r tabel	Nilai r hitung	Keterangan
X1.1	0,3610	0,494	Valid
X1.2	0,3610	0,665	Valid
X1.3	0,3610	0,714	Valid

Sumber: data diolah dengan SPSS 20.0, 2023

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa variabel ketersediaan fitur layanan memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria r hitung lebih besar dari 0,3610

2) Variabel Kepercayaan

Tabel 4.8
Variabel Kepercayaan

Pertanyaan	Nilai r tabel	Nilai r hitung	Keterangan
X1.1	0,3610	0,810	Valid
X2.2	0,3610	0,728	Valid
X3.3	0,3610	0,812	Valid

Sumber: data diolah dengan SPSS 20.0, 2023

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria r hitung lebih besar dari 0,3610.

3) Variabel Kemudahan

Tabel 4.9
Variabel Kemudahan

Pertanyaan	Nilai r tabel	Nilai r hitung	Keterangan
X1.1	0,3610	0,743	Valid
X2.2	0,3610	0,836	Valid
X3.3	0,3610	0,605	Valid

Sumber: data diolah dengan SPSS 20.0, 2023

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa variabel kemudahan memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria r hitung lebih besar dari 0,3610.

4) Variabel Minat Menggunakan

Tabel 4.10

Variabel Minat Menggunakan

Pertanyaan	Nilai r tabel	Nilai r hitung	Keterangan
Y.1	0,3610	0,597	Valid
Y.2	0,3610	0,753	Valid
Y.3	0,3610	0,730	Valid

Sumber: data diolah dengan SPSS 20.0, 2023

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria r hitung lebih besar dari 0,3610.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu⁶⁹. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$. Perhitungan koefisien *Cronbach's Alpha* dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 20.0.

1) Variabel Fitur Layanan

Tabel 4.11

Hasil Uji Reabilitas Variabel Ketersediaan Fitur Layanan

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
Fitur Layanan	0,728	3	Reliabel

Sumber: data diolah dengan SPSS 20.0, 2023

Tabel 4.11 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel fitur layanan sebesar 0,728. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70.

⁶⁹ Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro Press

2) Variabel Kepercayaan

Tabel 4.12

Hasil Uji Reabilitas Variabel Kepercayaan

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
Kepercayaan	0,868	3	Reliabel

Sumber: data diolah dengan SPSS 20.0, 2023

Tabel 4.12 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel kepercayaan sebesar 0,868. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70.

3) Variabel Kemudahan

Tabel 4.13

Hasil Uji Reabilitas Variabel Kemudahan

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
Kemudahan	0,778	3	Reliabel

Sumber: data diolah dengan SPSS 20.0, 2023

Tabel 4.13 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel kemudahan sebesar 0,778. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70.

4) Variabel Minat Menggunakan

Tabel 4.14

Hasil Uji Reabilitas Minat Menggunakan Mobile Banking

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
Minat Menggunakan	0,780	3	Reliabel

Sumber: data diolah dengan SPSS 20.0, 2023

Tabel 4.14 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel minat menggunakan *Mobile Banking* sebesar 0,780. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $\text{tolerance} \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $\text{VIF} \geq 10$.

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kemudahan	0.635	1.574
	Kepercayaan	0.464	2.157
	Fitur layanan	0.492	2.032

Dependent Variable: Minat menggunakan

Sumber: data diolah dengan SPSS 20.0, 2023

Berdasarkan tabel di atas, dari hasil uji *Variance Inflation Factor* (VIF) pada hasil output SPSS tabel coefficients, masing-masing variabel independen memiliki $\text{VIF} \geq 10$ dan nilai $\text{Tolerance} \leq 0,1$. Maka dapat dinyatakan model regresi linier berganda tidak terdapat multikolinieritas antara variabel dependen dengan variabel independen yang lain sehingga dapat digunakan dalam penelitian

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji glejser mengusulkan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independent. Tidak hanya menggunakan gambar dengan pola tertentu namun juga menggunakan statistik dengan uji glejser. Glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independent. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heterokedastisitas.

Jika signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% dapat di simpulkan model regresi tidak mengandung adanya heterokedastisitas. Kriteria

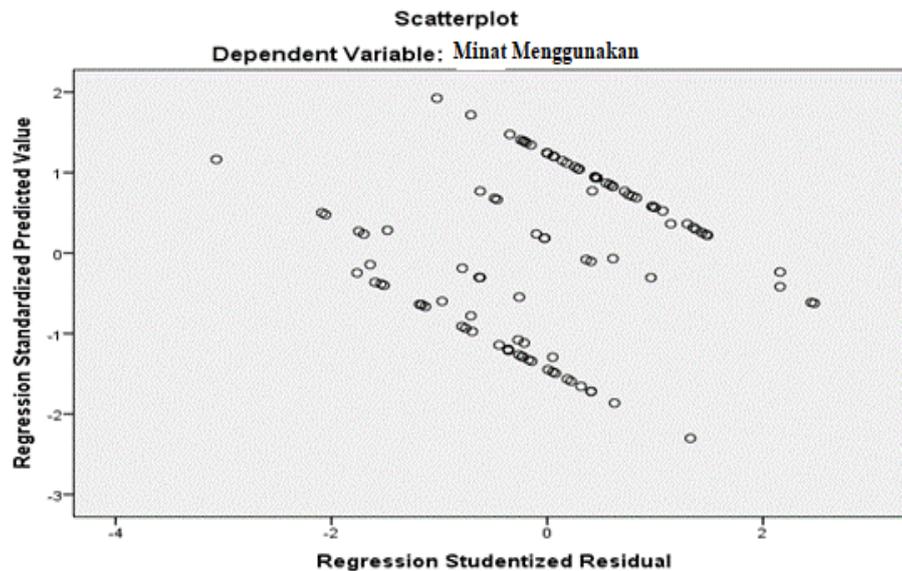
terjadinya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika signifikansinya dibawah tingkat kepercayaan 0,05, yang berarti bahwa apabila signifikansinya $> 0,05$ penelitian dapat dilanjutkan.

Tabel 4.16
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.360	1.975		-0.689	0.493
Kemudahan	0.248	0.089	0.255	2.779	0.007
Kepercayaan	0.153	0.068	0.243	2.261	0.026
Fitur layanan	0.177	0.088	0.209	2.004	0.048

Dependent Variable: Minat menggunakan Mobile Banking

Sumber: data diolah dengan SPSS 20.0, 2023



Gambar 4.1 Grafik Scatterplot

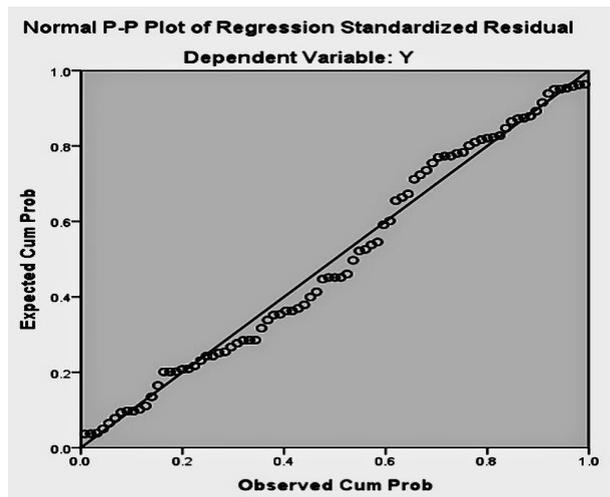
Sumber: data diolah dengan SPSS 20.0, 2023

Berdasarkan hasil tabel di atas dari keempat variabel independen (manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan ketersediaan fitur) diperoleh hasil nilai Sig. $> 5\%$. Karena nilai Sig. $> 5\%$ maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dan hasil uji dapat dilanjutkan. Berdasarkan gambar 4.1 terlihat bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (daerah positif dan negatif) serta tidak berbentuk pola. Jadi,

dapat di ambil kesimpulan bahwa asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi karena model regresi berganda memiliki asumsi varian residual yang konstan (homoskedastisitas).

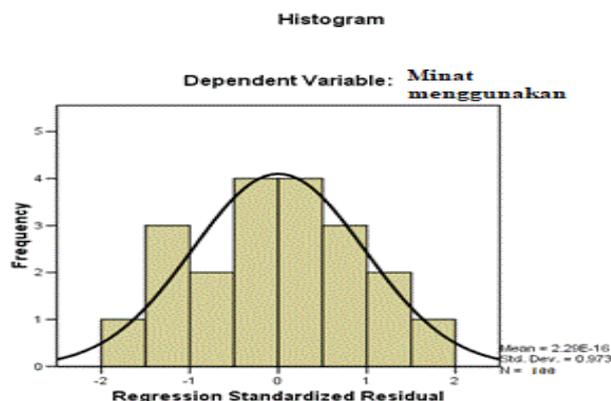
c. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka menunjukkan pola distribusi normal yang mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas dengan menggunakan spss menghasilkan grafik sebagai berikut:



Gambar 4.2 Grafik Normal P-P Plot

Sumber: data diolah dengan SPSS 20.0, 2023



Gambar 4.3 Histogram

Sumber: data diolah dengan SPSS 20.0, 2023

Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal atau grafik histogram. Jadi, data menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi ini memenuhi asumsi normalitas. Selain dengan melihat kurva normal P-plot, uji normalitas juga dapat dilakukan menggunakan uji kolmogorov-smirnov.

Tabel 4.17
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	2.00508995
Most Extreme Differences	Absolute	0.038
	Positive	0.038
	Negative	-0.035
Test Statistic		0.999
Asymp. Sig. (2-tailed)		.998 ^c

Sumber: data diolah dengan SPSS 20.0, 2023

Hasil pengujian menunjukkan bahwa tingkat signifikansi residual sebesar 0,998 yang lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki distribusi data normal.

4.3.3 Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi yang telah dilakukan terhadap data yang ada, maka diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji R Square

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.702 ^a	0.493	0.472	2.047

a. Predictors: (Constant), Fitur layanan, Kemudahan, Kepercayaan
b. Dependent Variable: Minat menggunakan Mobile Banking

Sumber: data diolah dengan SPSS 20.0, 2023

Berdasarkan Tabel 4.18 (*model summary*) ini menunjukkan bahwa nilai R Square adalah 0,493 atau 49,3%. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel independen yaitu fitur layanan, kemudahan dan kepercayaan mampu menjelaskan variabel dependen yaitu minat menggunakan *mobile banking* sebesar 49,3% dan selebihnya 50,7% (100%-49,3%) ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam analisa atau penelitian regresi ini. Karena R Square berkisar pada angka 0 sampai 1, dengan catatan semakin besar angka R Square maka semakin kuat variabelnya. Seperti diketahui 49,3% minat menggunakan *mobile banking* dapat dijelaskan oleh variabel fitur layanan, kemudahan dan kepercayaan. Sisanya 50,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di analisis dalam penelitian ini.

b. Signifikansi Parameter Individual (Uji-t)

Tabel 4.19

Hasil Uji t

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.360	1.975		-0,689	0.493		
	Kemudahan	0.248	0.089	0.255	2.779	0.007	0.635	1.574
	Kepercayaan	0.153	0.068	0.243	2.261	0.026	0.464	2.157
	Fitur layanan	0.177	0.088	0.209	2.004	0.048	0.492	2.032

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Mobile Banking

Sumber: data diolah dengan SPSS 20.0, 2023

Berdasarkan pada tabel uji t di atas, untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1) Pengaruh Variabel Fitur Layanan

Terlihat bahwa t hitung koefisien fitur layanan adalah 2,004. Sedang t tabel bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha = 0,05$ dan $df = 95$ didapat t tabel adalah 1,985. Variabel fitur layanan memiliki p- value $0,048 < 0.05$ artinya signifikan, sedangkan t hitung $> t$ tabel, ($2,004 > 1,985$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan *mobile banking* secara parsial.

2) Pengaruh Bariabel Kepercayaan

Terlihat bahwa t hitung koefisien kepercayaan adalah 2,261. Sedang t tabel bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha = 0,05$ dan $df = 95$ didapat t tabel adalah 1,985. Variabel kepercayaan memiliki p-value $0,026 < 0.05$ artinya signifikan, sedangkan t hitung $> t$ tabel, ($2,261 > 1,985$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan *mobile banking* secara parsial.

3) Pengaruh Variabel Kemudahan

Terlihat bahwa t hitung koefisien kemudahan adalah 2,779. Sedang t tabel bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha = 0,05$ dan $df = 95$ didapat t tabel adalah 1,985. Variabel kemudahan memiliki p-value $0,007 < 0.05$ artinya signifikan, sedangkan t hitung $> t$ tabel, ($2,779 > 1,985$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan *mobile banking* secara parsial.

4.3.4 Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Tabel 4.20
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression		4	96.785	23.101	.000 ^b
	Residual	398.018	95	4.190		
	Total	785.160	99			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Mobile Banking
b. Predictors: (Constant), Fitur Layanan , Kemudahan, Kepercayaan

Berdasarkan Tabel 4.20 dalam model ANOVA dapat diperoleh F hitung sebesar 23,101. Dengan tingkat signifikansi sebesar 5% dan df 1= 4 dan df 2 = 95, didapat nilai F tabel = 2,47. Karena nilai F hitung (23,101) > nilai F tabel (2,47) maka dapat disimpulkan bahwa bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Dapat dilihat juga nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel minat menggunakan *mobile banking* atau dengan kata lain variabel fitur layanan, kemudahan dan kepercayaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan *mobile banking*.

4.3.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan model analisis linier berganda untuk pembuktian hipotesis penelitian. Analisis ini menggunakan input berdasarkan data yang di peroleh dari kuesioner. Perhitungan statistik yang digunakan dalam analisis linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 20. Hasil pengolahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.21
Hasil Uji Analisis Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.360	1.975		-0,689	0.493		
	Kemudahan	0.248	0.089	0.255	2.779	0.007	0.635	1.574
	Kepercayaan	0.153	0.068	0.243	2.261	0.026	0.464	2.157
	Fitur layanan	0.177	0.088	0.209	2.004	0.048	0.492	2.032

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Mobile Banking

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

$$Y = -1,360 + 0,177X_1 + 0,153X_2 + 0,248X_3 + e$$

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda terdapat persamaan yang menunjukkan koefisien regresi dari keempat variabel bebas (b_1, b_2, b_3) bertanda positif (+) hal ini berarti bahwa bila variabel fitur layanan, kemudahan dan kepercayaan terpenuhi mengakibatkan minat menggunakan *mobile banking* akan semakin meningkat, dan sebaliknya jika bertanda negatif (-) hal ini berarti bahwa bila variabel fitur layanan, kemudahan dan kepercayaan tidak terpenuhi akan mengakibatkan minat menggunakan *mobile banking* akan menurun. Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- a. Apabila nilai variabel yang terdiri dari fitur layanan, kemudahan dan kepercayaan mempunyai nilai nol, maka variabel minat menggunakan *mobile banking* akan tetap sebesar -1,360, karena nilai konstanta menunjukkan nilai sebesar -1,360. Namun skala likert yang digunakan dalam penelitian ini mulai dari 1-5, sehingga variabel X tidak mungkin sama dengan 0. Dengan demikian intersep yang bernilai negatif tersebut tidak perlu diinterpretasikan.
- b. Nilai koefisien fitur layanan (X_1) sebesar 0,177 menunjukkan bahwa variabel fitur layanan (X_1) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Artinya semakin besar ketersediaan fitur *mobile banking* yang diterima penggunaannya, maka minat menggunakan *mobile banking* Bank BSI akan meningkat.
- c. Nilai koefisien kepercayaan (X_2) sebesar 0,153 menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X_2) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Artinya semakin besar kepercayaan *mobile banking* yang diterima penggunaannya, maka minat menggunakan *mobile banking* Bank BSI akan meningkat.
- d. Nilai koefisien kemudahan (X_3) sebesar 0,248 menunjukkan bahwa variabel kemudahan (X_3) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Artinya semakin besar kemudahan *mobile banking* yang diterima penggunaannya, maka minat menggunakan *mobile banking* Bank BSI akan meningkat.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan *m-banking*

Variabel fitur layanan mempunyai nilai signifikan $0,048 < 0,05$. Hal ini berarti menerima H_a atau menolak H_0 sehingga dapat disimpulkan bahwa

variabel fitur layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* BSI. Fitur layanan yang menawarkan kemudahan dalam mengakses akun bank secara cepat dan mudah dari perangkat seluler akan meningkatkan tingkat kenyamanan nasabah. Contoh fitur ini adalah layanan transfer, membeli pulsa, pembayaran virtual acc dan lain-lain. Penelitian Aditya Wardhana (2015), dikatakan bahwa fitur layanan berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking. Pihak bank harus senantiasa meningkatkan kualitas dari fitur layanan mobile banking agar tingkat kepuasan nasabah tidak menurun.

4.4.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *m-banking*

Variabel pengetahuan mempunyai nilai signifikan $0,026 < 0,05$. Hal ini berarti menerima H_a atau menolak H_0 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* Bank BSI. Seiring maraknya kejahatan internet, keamanan dan kerahasiaan menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan internet banking. Isu keamanan dan kerahasiaan menjadi isu yang paling diperhatikan oleh pengguna dalam penggunaan teknologi informasi. Kebanyakan pengguna tidak memahami betul resiko keamanan dan kerahasiaan dari elektronik banking. Pengguna beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan teknologi informasi dari layanan mobile banking. Belum tentu sebuah bank besar, keamanan dan kerahasiaan nasabah terlindungi dengan baik. Hasil penelitian Rahayu (2019) terdapat pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan mobile banking.

4.4.3 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *m-banking*

Variabel kemudahan mempunyai nilai signifikan $0,007 < 0,05$. Hal ini berarti menerima H_a atau menolak H_0 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* Bank BSI. Kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang di dalam mempelajari teknologi informasi. Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan teknologi informasi bekerja lebih mudah dibandingkan dengan orang yang bekerja tanpa menggunakan teknologi informasi (secara manual). Pengguna teknologi informasi mempercayai bahwa sistem informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah

pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan. Hasil penelitian Himawati (2018) menunjukkan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat menggunakan mobile banking. Sejalan dengan penelitian Ledesman (2018) bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking. Sama halnya dengan penelitian Rahayu (2019) terdapat pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan mobile banking.

4.4.4 Fitur Layanan, Kepercayaan Dan Kemudahan Secara Bersama-Sama Berpengaruh Terhadap Penggunaan Mobile Banking

Fitur layanan yang ditawarkan oleh aplikasi mobile banking sangat mempengaruhi pengalaman pengguna dan keterlibatan nasabah. Semakin lengkap dan bermanfaat fitur layanan yang disediakan, semakin besar kemungkinan nasabah akan menggunakan aplikasi tersebut secara teratur. Kepercayaan adalah aspek kritis dalam penggunaan mobile banking. Nasabah harus merasa yakin bahwa aplikasi mobile banking aman dan dapat diandalkan untuk melindungi data dan informasi keuangan mereka. Kemudahan dalam menggunakan aplikasi mobile banking menjadi faktor penting dalam mendorong adopsi dan penggunaan secara luas. Antarmuka yang intuitif, navigasi yang sederhana, serta proses registrasi dan verifikasi yang mudah akan membuat pengalaman nasabah lebih nyaman dan lancar. Hal tersebut sejalan dengan penelitian oleh Himawati (2018); Ledesman (2018) dan Rahayu (2019).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Variabel fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* Bank BSI, didasarkan pada hasil uji t sebesar 2,004 dan tingkat signifikansi sebesar 0,048. Hal ini berarti semakin tinggi fitur layanan maka akan meningkatkan minat menggunakan *mobile banking* Bank BSI.
- b. Variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* Bank BSI, didasarkan pada hasil uji t sebesar 2,261 dan tingkat signifikansi sebesar 0,026. Hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan maka akan meningkatkan minat menggunakan *mobile banking* Bank BSI.
- c. Variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* Bank BSI, didasarkan pada hasil uji t sebesar 2,779 dan tingkat signifikansi sebesar 0,007. Hal ini berarti semakin tinggi kemudahan maka akan meningkatkan minat menggunakan *mobile banking* Bank BSI.
- d. Variabel fitur layanan, kepercayaan dan kemudahan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* Bank BSI.

5.2 Saran

Penelitian di masa mendatang diharapkan dapat menyajikan hasil penelitian yang lebih baik lagi dengan adanya beberapa masukan mengenai beberapa hal diantaranya:

a. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fitur layanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan BSI mobile mampu untuk menarik minat nasabah BSI terhadap penggunaan BSI mobile dan diharapkan BSI dapat memberikan informasi kepada nasabah yang hendak membuka tabungan tentang keamanan dan kenyamanan transaksi menggunakan *mobile banking*.

b. Saran Teoritis

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat melakukan penelitian yang lebih lanjut berkaitan dengan *Mobile Banking* dengan mengganti objek penelitian serta meneliti faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat menggunakan *Mobile Banking* yang belum diteliti oleh penelitian ini dan memakai teori-teori terbaru

yang ada, sehingga dapat memperbaiki kekurangan-kekurangan dalam penelitian ini dan dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik. Serta dapat memperluas ruang lingkup penelitian mencakup wilayah yang lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, R. (2017). *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri*. Jakarta. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah
- Agriyanto & Rohman. (2014). Studi Tentang Sikap Bankir Dan Pengusaha Terhadap Pola Pembiayaan Bagi-Hasil Pada Bank Syariah. *MIQOT* Vol. XXXVIII No. 1 Januari-Juni 2014
- Ansori, M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Arfaizar *et al.* (2023). *Inovasi Dan Tantangan Perbankan Syariah Pada Era Digital di Indonesia*. *WADIAH: Jurnal Perbankan Syariah*. DOI: <https://doi.org/10.30762/wadiah.v7i2.327>
- Badaruddin, & Risma. (2021). Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak). *Telanaipura Jambi*, 1(1), 36122.
- Damastuti, I. E. (2010). *Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah Dengan Menggunakan Income Statement Approach Dan Value Added Approach (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang)*. Skripsi Universitas Diponegoro
- Fian, J. Al, & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–18.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.
- Habibi, M., & Zaky, A. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Harlan, D. M. (2014). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Resiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking*. Yogyakarta
- Inayah, Nur; Ratno Agriyanto; Warno. (2018). The Role Of Spirituality In The Behavior Of Sharia Bank Mobile Banking: Evidence From Indonesia. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*. Vol. 26 No.1 (2018) pp 197-224 DOI: <http://dx.doi.org/10.21580/ws.26.1.2611>
- Irani, Anisah Fitri. (2019). *Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo*. *Journal of Islamic Management and Bussines* Vol, 2, No.2

- Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., Arif, A., Ekonomi, F., & Unej, U. J. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, IV(1), 24–29.
- Laksana, G. B., Astuti, E. S., & Dewantara, R. Y. (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang , Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(2), 1–8.
- Makmuriyah, A. N. U. R., & Vanni, K. M. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Semarang). *Eduka : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, 5(1).
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 200–209. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934>
- Muhammad Muzani Zulmaizar dan Abd Rahman. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Automatic Teller Machine (ATM) Terhadap Kepuasan nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Polewalimandar Kecamatan Wonomulyo*, Jurnal Alif Vol. 4 No. 1, 82
- Najib, M. A. (2017). *Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah*. Jurisprudence, Vol. 7 No. 1.
- Nurudin, Indah Musyawarah, Nurfitriani dan Abdul Jalil. (2020). *Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu*. Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah Vol, 2, No. 1
- Rahayu, P. P. (2019). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta)*. Yogyakarta. Skripsi Universitas Islam Indonesia
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model TAM – TPB Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 274–284. <https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557>
- Rithmaya, C. L. (2016). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking*. Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen, Vol. 16, No. 1

- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163>
- Sari, Ferina Hotifa. (2021). *Analisis Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia (BSI) MT Haryono KC. Semarang di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Widyandri & Laila. (2022). *Analysis of the Influence of Mobile Banking and Financial Inclusion on the Financial Performance of Sharia Banks in Indonesia for the Period 2014-2019*. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* p-ISSN: 2407-1935, e-ISSN: 2502-1508. Vol. 9 No. 1 Januari 2022: 14-24; DOI: 10.20473/vol9iss20221pp14-24

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH FITUR LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING PADA BANK SYARIAH INDONESIA

(Studi Kasus Kecamatan Kendal Kabupaten Kendal)

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan hormat,

Perkenalkan nama saya Dewi Syara Indri Hapsari mahasiswa Program Studi S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian terkait “Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Kecamatan Kendal Kabupaten Kendal)”. Pada kesempatan ini, saya memohon bantuan dari saudara/i untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner yang disertakan berikut ini. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu nasaba BSI Kendal pengguna Mobile Banking.

Adapun kuesioner ini diperlukan untuk kepentingan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi program strata-1 (S1) Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Saya sangat mengharapkan agar kuesioner ini dapat diisi dengan jelas dan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Atas perhatian dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih.

1. Identitas Responden

Nomor responden : (Diisi oleh peneliti)

Jenis Kelamin : (L / P)

Usia : 18-25 25-30 >30

Pendidikan Terakhir : SMA/SMK D3 S1

Marital Status : Belum menikah Sudah menikah

Income Per Bulan	: < 2jt	<input type="checkbox"/>
	2jt – 4jt	<input type="checkbox"/>
	4jt – 6jt	<input type="checkbox"/>
	6jt – 10jt	<input type="checkbox"/>
	> 10jt	<input type="checkbox"/>
Lama Menjadi Nasabah	: 3 – 4 tahun	<input type="checkbox"/>
	4 – 5 tahun	<input type="checkbox"/>
	5 - 6 tahun	<input type="checkbox"/>

2. Petunjuk Pengisian

- Isilah daftar pertanyaan berikut dengan memberikan tanda *checklist* (√) pada salah satu jawaban yang tersedia yang sesuai dengan persepsi Bapak/Ibu/Saudara/i. Tidak ada jawaban yang benar atau salah, peneliti lebih melihat angka-angka terbaik dari persepsi Bapak/Ibu/Saudara/i mengenai “PENGARUH FITUR LAYANAN, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN *MOBILE BANKING* PADA BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI KASUS KECAMATAN KENDAL KABUPATEN KENDAL)”
- Jawaban yang tersedia berupa huruf, mempunyai arti sebagai berikut:
 - STS : Sangat Tidak Setuju
 - TS : Tidak Setuju
 - N : Netral
 - S : Setuju
 - SS : Sangat Setuju

3. Fitur Layanan (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Banyak fitur pada <i>m-banking</i> Bank BSI yang dapat digunakan dalam pembayaran listrik, PDAM dan <i>marketplace</i> .					
2	<i>Mobile banking</i> Bank BSI terus menyempurnakan layanan perbankan untuk menambah keamanan data nasabah.					
3	Saya akan tetap menggunakan <i>mobile banking</i> Bank BSI karena biayanya murah dan sesuai dengan kemudahan serta manfaat yang saya peroleh					

4. Kepercayaan (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	<i>Mobile banking</i> Bank BSI mampu memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan					
2	<i>Customer Servis</i> Bank BSI selalu memberikan penjelasan yang detail tentang aplikasi <i>m-banking</i>					
3	Bank BSI merupakan gabungan dari beberapa bank dan diisi dengan pegawai-pegawai yang profesional di bidangnya					

5. Kemudahan (X3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Aplikasi <i>m-banking</i> Bank BSI mudah digunakan dengan fitur-fitur yang sederhana.					
2	Saya dapat melakukan transaksi non tunai, seperti transfer, cek saldo, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, pembelian paket data internet, dan lain-lain.					
3	Terdapat fitur di <i>m-banking</i> Bank BSI yang dapat menambah pengetahuan nasabah tentang transaksi perbankan secara syariah.					

6. Minat Menggunakan (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya ingin menggunakan <i>mobile banking</i> Bank BSI untuk memenuhi kebutuhan transaksi perbankan saya.					
2	Saya akan tetap menggunakan <i>m-banking</i> Bank BSI dalam transaksi perbankan saya, dan saya akan menyarankan kepada teman dan saudara untuk menggunakan <i>m-banking</i> Bank BSI					
3	Saya mengumpulkan informasi dari teman atau keluarga, sebelum saya memutuskan menggunakan <i>m-banking</i> BSI.					

Lampiran 2

Data Tabulasi

Tabulasi Data

X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3	X3.1	X3.2	X3.3	Y1	Y2	Y3
4	4	1	4	4	4	1	4	4	2	3	4
4	4	2	4	4	4	2	4	4	2	3	4
4	4	2	4	4	4	1	4	4	2	4	4
2	4	3	2	4	4	3	4	4	2	2	3
4	4	2	4	4	4	1	4	4	2	3	4
4	4	1	4	4	4	3	4	4	1	2	4
3	3	2	3	3	1	1	3	3	1	1	3
1	4	1	1	4	4	1	4	4	2	2	3
3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4
4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	3	4
4	4	2	4	4	4	2	4	4	3	3	4
4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4
4	4	3	4	4	4	3	4	4	1	4	4
3	3	2	3	4	4	2	4	4	2	2	3
3	3	3	3	4	4	1	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3
4	4	1	4	4	4	3	4	3	2	3	4
4	4	2	4	4	3	1	4	4	2	3	4
3	4	2	3	4	3	1	4	3	2	3	3
4	4	2	4	4	3	2	4	3	3	3	4
4	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4
3	3	2	3	4	4	2	4	3	2	3	3
3	4	2	3	4	3	3	4	3	2	2	3
4	4	3	4	4	4	1	4	4	3	4	4
4	3	3	4	4	4	2	4	4	3	3	4
4	3	1	4	4	3	1	4	3	2	3	4
3	4	2	3	4	4	3	4	4	1	3	3
4	3	2	4	4	3	3	4	3	2	4	4
4	3	2	4	4	4	3	4	3	3	3	4
4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4
4	4	2	4	4	4	3	4	4	2	3	4
3	4	2	3	4	4	1	4	4	2	3	3
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	2	4	4	4	1	4	4	2	3	4
4	3	1	4	4	3	1	4	4	2	3	4

3	4	2	3	4	3	2	4	3	2	3	3
4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	3	4
4	4	2	4	4	4	3	4	4	2	3	4
3	3	2	3	4	3	2	4	4	2	3	3
4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4
3	4	2	3	4	4	2	4	4	3	3	3
4	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4
4	4	1	4	4	4	2	4	4	3	3	4
3	3	4	3	3	3	1	3	3	4	4	3
3	3	2	3	4	4	2	4	3	2	3	3
3	4	1	3	4	4	2	4	4	3	3	3
3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4
4	4	2	4	4	4	2	4	4	2	3	4
3	4	2	3	4	3	1	4	3	2	3	3
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	4
4	4	2	4	4	4	2	4	4	2	3	4
4	4	1	4	3	4	3	3	3	1	1	4
4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	2	4	4	4	1	4	4	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	2	4	4	3	2	4	3	3	3	4
4	4	2	4	4	4	3	4	4	2	1	4
3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	4	2	3	4	4	2	4	4	3	3	3
4	4	1	4	4	4	1	4	4	3	3	4
4	4	2	4	4	4	2	4	4	3	3	4
4	4	2	4	4	4	1	4	4	3	4	4
2	4	3	2	4	4	3	4	4	1	4	2
4	4	2	4	4	4	1	4	4	2	2	4
4	4	1	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	3	2	3	3	1	1	3	3	3	3	3
1	4	1	1	4	4	1	4	3	2	3	3
3	3	3	3	4	3	1	4	4	2	3	3
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4

4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4

Lampiran 3

Hasil Output SPSS

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin		
Keterangan	Jumlah	Persentase
Pria	29	29%
Wanita	71	71%
Total	100	100%

2. Berdasarkan Usia

Usia		
Keterangan	Jumlah	Persentase
< 21 tahun	27	27%
22 - 28 tahun	70	70%
29 - 35 tahun	1	1%
> 36 tahun	2	2%
Total	100	100%

3. Berdasarkan Pendidikan

Tingkat Pendidikan Terakhir		
Keterangan	Jumlah	Persentase
SMA	24	24%
Sarjana (S1)	67	67%
Pascasarjana (S2/S3)	9	9%
Total	100	100%

4. Berdasarkan Status

Marital Status		
Keterangan	Jumlah	Persentase
Menikah	56	56%
Belum Menikah	44	44%
Total	100	100%

5. Berdasarkan Income

Tingkat Pendidikan Terakhir		
Keterangan	Jumlah	Persentase
< 2jt	30	30%
2jt – 4jt	60	60%
4jt – 6jt	3	3%
6jt – 10jt	5	5%
> 10jt	2	2%
Total	100	100%

6. Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Tingkat Pendidikan Terakhir		
Keterangan	Jumlah	Persentase
< 1 tahun	67	67%
1-2 tahun	12	12%
2-3 tahun	21	21%
Total	100	100%

Hasil Data Statistik SPSS

A. Analisis Deskriptif

Statistics

		Pendidikan Terakhir	Tempat Tinggal	Profesi	Jenis Kelamin	Usia	Lama Pemakaian
N	Valid	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	29	29.0	29.0	29.0
	Perempuan	71	71.0	71.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 21 tahu	27	27.0	27.0	27.0
	> 36 tahu	2	2.0	2.0	29.0
	22 - 28 t	70	70.0	70.0	99.0
	29 - 35 t	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

B. Statistik Deskriptif

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	55	55.0	55.0	55.0
	Sangat Setuju	7	7.0	7.0	62.0
	Setuju	30	30.0	30.0	92.0
	Tidak Setuju	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	58	58.0	58.0	58.0
	Sangat Setuju	5	5.0	5.0	63.0
	Setuju	25	25.0	25.0	88.0
	Tidak Setuju	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	62	62.0	62.0	62.0
	Sangat Setuju	4	4.0	4.0	66.0
	Setuju	25	25.0	25.0	91.0
	Tidak Setuju	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	29	29.0	29.0	29.0
	Sangat Setuju	16	16.0	16.0	45.0
	Setuju	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	34	34.0	34.0	34.0
	Sangat Setuju	11	11.0	11.0	45.0
	Setuju	53	53.0	53.0	98.0
	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	36	36.0	36.0	36.0
	Sangat Setuju	8	8.0	8.0	44.0
	Setuju	55	55.0	55.0	99.0
	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	25	25.0	25.0	25.0
	Sangat Setuju	14	14.0	14.0	39.0
	Setuju	54	54.0	54.0	93.0
	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	24	24.0	24.0	24.0
	Sangat Setuju	22	22.0	22.0	46.0
	Setuju	51	51.0	51.0	97.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	28	28.0	28.0	28.0
	Sangat Setuju	20	20.0	20.0	48.0
	Setuju	49	49.0	49.0	97.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	29	29.0	29.0	29.0
	Sangat Setuju	16	16.0	16.0	45.0
	Setuju	49	49.0	49.0	94.0
	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	45	45.0	45.0	45.0
	Sangat Setuju	5	5.0	5.0	50.0
	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	51.0
	Setuju	23	23.0	23.0	74.0
	Tidak Setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	33	33.0	33.0	33.0
Sangat Setuju	4	4.0	4.0	37.0
Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	39.0
Setuju	43	43.0	43.0	82.0
Tidak Setuju	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

C. Uji Validitas Data

		X1.1	X1.2	X1.3
X1.1	Pearson Correlation	1	.173	.362
	Sig. (2-tailed)		.360	.049
	N	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.173	1	.257
	Sig. (2-tailed)	.360		.170
	N	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.362	.257	1
	Sig. (2-tailed)	.049	.170	
	N	30	30	30

		X2.1	X2.2	X2.3
X2.1	Pearson Correlation	1	.599**	.465**
	Sig. (2-tailed)		.000	.010
	N	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.599**	1	.407**
	Sig. (2-tailed)	.000		.026
	N	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.465**	.407**	1
	Sig. (2-tailed)	.010	.026	
	N	30	30	30

		X3.1	X3.2	X3.3
X3.1	Pearson Correlation	1	.513**	.777**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000
	N	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.513**	1	.660**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000
	N	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.777**	.660**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

		Y.1	Y.2	Y.3
Y.1	Pearson Correlation	1	.263	.381*
	Sig. (2-tailed)		.160	.038
	N	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.263	1	.503**
	Sig. (2-tailed)	.160		.005
	N	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.381*	.503**	1
	Sig. (2-tailed)	.038	.005	
	N	30	30	30

D. Uji Reliabilitas

X1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.745	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	17.10	5.541	.369	.741
X1.2	17.53	5.430	.529	.698
X1.3	17.43	5.289	.472	.711

X2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	18.03	4.999	.615	.725
X2.2	18.07	4.202	.709	.691
X2.3	18.27	5.582	.459	.761

X3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.868	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	27.77	15.978	.720	.842
X3.2	27.93	17.513	.668	.847
X3.3	27.87	17.085	.743	.840

Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.780	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	12.93	7.857	.406	.783
Y.2	13.83	6.764	.590	.728
Y.3	13.57	6.668	.536	.747

E. Uji Asumsi Klasik

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.702 ^a	.493	.472	2.047

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	387.142	4	96.785	23.101	.000 ^b
	Residual	398.018	95	4.190		
	Total	785.160	99			

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.702 ^a	.493	.472	2.047

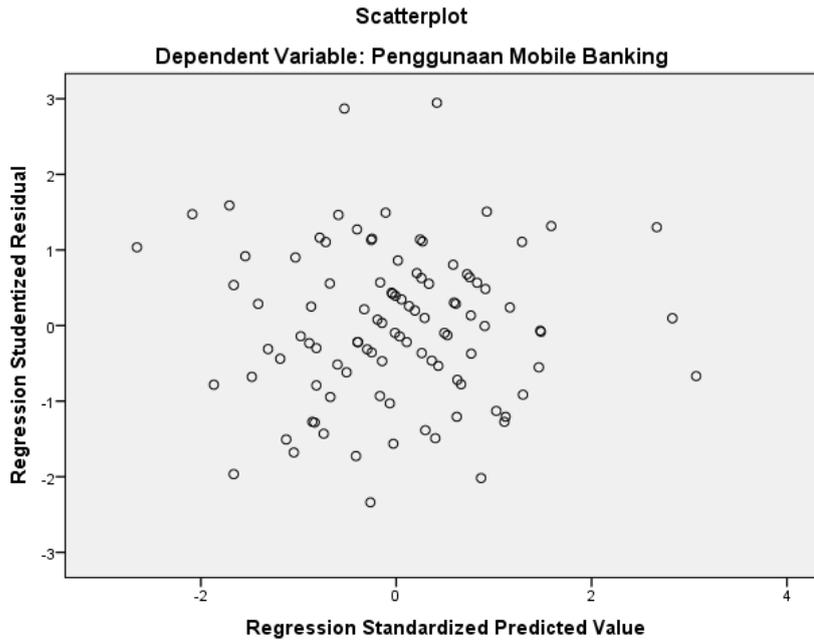
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	387.142	4	96.785	23.101	.000 ^b
	Residual	398.018	95	4.190		
	Total	785.160	99			

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	11.97	23.29	17.22	1.978	100
Std. Predicted Value	-2.655	3.071	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.244	.938	.434	.147	100
Adjusted Predicted Value	11.79	23.45	17.23	1.977	100
Residual	-4.698	5.957	.000	2.005	100
Std. Residual	-2.295	2.910	.000	.980	100
Stud. Residual	-2.339	2.947	-.003	1.005	100
Deleted Residual	-4.878	6.107	-.014	2.112	100
Stud. Deleted Residual	-2.396	3.075	-.002	1.017	100
Mahal. Distance	.421	19.820	3.960	3.587	100
Cook's Distance	.000	.108	.011	.018	100
Centered Leverage Value	.004	.200	.040	.036	100

a. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking



Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.247 ^a	.061	.022	1.20160

ANOVA^a

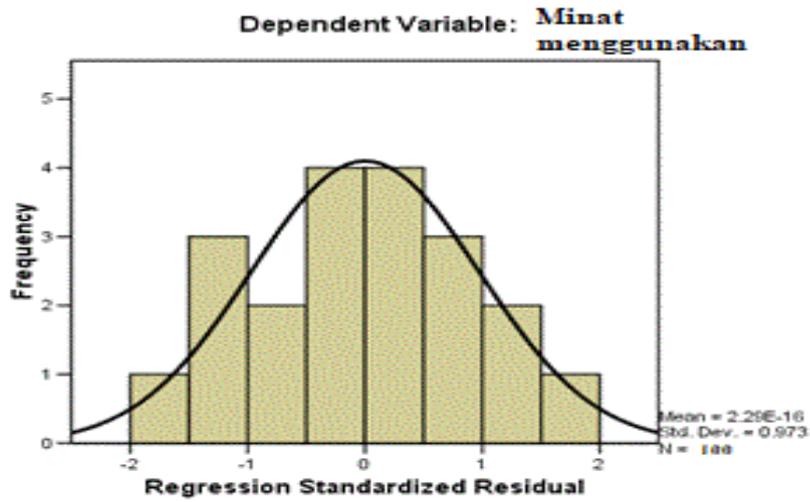
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.930	4	2.233	1.546	.195 ^b
	Residual	137.165	95	1.444		
	Total	146.095	99			

Residuals Statistics^a

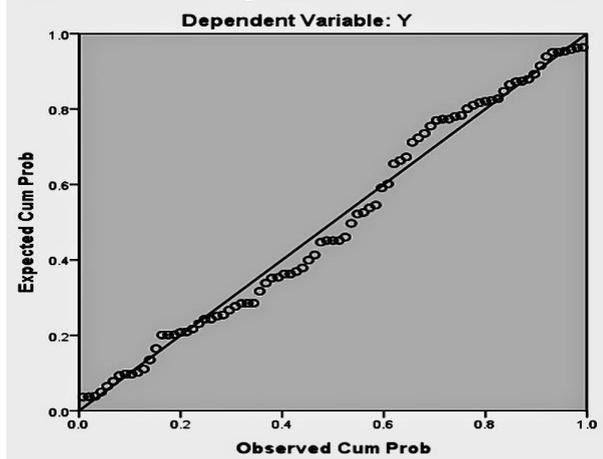
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	.9082	2.2146	1.5872	.30034	100
Std. Predicted Value	-2.261	2.089	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.143	.551	.255	.086	100
Adjusted Predicted Value	.7135	2.7639	1.5867	.32698	100
Residual	-2.06409	4.20531	.00000	1.17707	100
Std. Residual	-1.718	3.500	.000	.980	100
Stud. Residual	-1.933	3.537	.000	1.006	100
Deleted Residual	-2.61343	4.30345	.00053	1.24185	100
Stud. Deleted Residual	-1.962	3.776	.006	1.026	100
Mahal. Distance	.421	19.820	3.960	3.587	100
Cook's Distance	.000	.199	.011	.025	100
Centered Leverage Value	.004	.200	.040	.036	100

a. Dependent Variable: AbsUt

Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7	
	Std. Deviation	2.00508995	
Most Extreme Differences	Absolute	.038	
	Positive	.038	
	Negative	-.035	
Kolmogorov-Smirnov Z		.377	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.999	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.998 ^c	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.997
		Upper Bound	.999

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

F. Pengujian Hipotesis

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.702 ^a	.493	.472	2.047

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	387.142	4	96.785	23.101	.000 ^b
	Residual	398.018	95	4.190		
	Total	785.160	99			

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	11.97	23.29	17.22	1.978	100
Std. Predicted Value	-2.655	3.071	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.244	.938	.434	.147	100
Adjusted Predicted Value	11.79	23.45	17.23	1.977	100
Residual	-4.698	5.957	.000	2.005	100
Std. Residual	-2.295	2.910	.000	.980	100
Stud. Residual	-2.339	2.947	-.003	1.005	100
Deleted Residual	-4.878	6.107	-.014	2.112	100
Stud. Deleted Residual	-2.396	3.075	-.002	1.017	100
Mahal. Distance	.421	19.820	3.960	3.587	100
Cook's Distance	.000	.108	.011	.018	100
Centered Leverage Value	.004	.200	.040	.036	100

a. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking

G. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.360	1.975		-0,689	0.493		
	Kemudahan	0.248	0.089	0.255	2.779	0.007	0.635	1.574
	Kepercayaan	0.153	0.068	0.243	2.261	0.026	0.464	2.157
	Fitur layanan	0.177	0.088	0.209	2.004	0.048	0.492	2.032

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Mobile Banking

Lampiran 4

SURAT PENELITIAN



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

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
website : febi. Walisongo.ac.id – E mail febi @ walisongo.ac.id

Nomor : 3453/Un.10.5/D1/PG.00.00/09/2023 19 September 2023
Sifat : Biasa
Lamp. :-
Hal : Permohonan Ijin Riset / Penelitian

Yth :
Pimpinan Bank BSI KCP Kendal
di Tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : DEWI SYARAH INDRI HAPSARI
Nim : 1905036152
Semester : IX
Jurusan / Prodi : S1 PERBANKAN SYARIAH
Alamat : Gg Janur Rt 2/Rw 1 Kelurahan Jotang Kecamatan Kendal Kab Kendal.
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi.
Judul Skripsi : PENGARUH FITUR LAYANAN, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING PADA BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI KASUS KECAMATAN KENDAL KABUPATEN KENDAL) .
Waktu Penelitian : 21 September - 21 Oktober 2023
Lokasi Penelitian : Jl. Raya Soekarno Hatta, Kendal, Pegulon, Kec. Kendal, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah 51313.

Demikian surat permohonan riset, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan,



Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DATA PRIBADI

Nama : Dewi Syarah Indri Hapsari
Tempat & Tanggal Lahir : Kendal, 7 September 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Gg Janur RT 02/RW 01 Kelurahan Jotang Kecamatan
Kendal Kabupaten Kendal
No. Hp : 081225520707
Email : dewisarah2001@gmail.com