

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, LITERASI DIGITAL DAN PERSEPSI RESIKO
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN BSI MOBILE PADA MAHASISWA
PERBANKAN SYARIAH PTKIN SE-JAWA TENGAH**

(Studi Kasus pada Himpunan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1

Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh :

Muhammad Reza

NIM: 2005036081

S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2023

PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Reza
NIM : 2005036081
Fakultas : Fakultas Ekonomi Bisnis Islam
Program Studi : S1 Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

Pengaruh Media social, Literasi digital, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan BSI Mobile Pada Mahasiswa Perbankan Syariah PTKIN Se- Jawa Tengah

(Studi Kasus pada Himpunan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah)

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 20 Desember 2023

Pembuat Pernyataan,



Muhammad Reza

NIM. 2005036081



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

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngalyan telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
website : febl.Walisongo.ac.id – Email febl @ walisongo.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Muhammad Reza

NIM : 2005036081

Judul : Pengaruh Media Sosial, Literasi Digital, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan BSI Mobile Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Se- Jawa Tengah (Studi Kasus Pada Himpunan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah)

Telah dimunaqosah oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Binis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal 28 Desember 2023 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2023/2024.

Semarang, 3 Januari 2023

Ketua Sidang

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

Sekretaris Sidang

H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.
NIP.196701191998031002

Penguji Utama I

Farah Amalia, S.E., M.M.
NIP.199401182019032026



Penguji Utama II

Septiana Na'afi, M.S.I.
NIP.198909242019032018

Pembimbing 1

H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.
NIP.196701191998031002

Pembimbing 2

Mardhiyatussitaningsih, ME
NIP. 199303112019032020



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

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

Nomor : B-1165/Un.10.5/D.1/PP.00.9/3/2023 21 Maret 2023
Lampiran : -
Hal : Penunjukan menjadi Dosen Pembimbing Skripsi

Kepada Yth.
H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.
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 : Muhammad Reza
NIM : 2005036081
Program Studi : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH E-TRUST DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNAAN BSI MOBILE STUDI PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN
WALISONGO SEMARANG

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. *Mardhiyaturrositaningsih, ME.* Demikian, atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.



Tembusan :

1. Pembimbing II
2. Mahasiswa yang bersangkutan

MOTTO

“Menggunakan kekuatan keputusan memberimu kemampuan untuk melewati alasan apapun untuk mengubah setiap bagian hidupmu dalam sekejap”

-Anthony Robbins

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) ini dengan baik. Tak lupa pula Shalawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Dengan penuh rasa syukur dan Bahagia atas terselesaikannya karya ilmiah skripsi ini, maka penulis ingin mempersembahkan kepada:

1. Kedua orangtua saya yang sangat saya cintai, Bapak Manin dan Ibu Mamah yang selalu mendoakan dan mendukung saya dalam segala hal. Skripsi ini saya persembahkan dari hasil jerih payah satu keluarga, terimakasih Bapak Ibu.
2. Kakak Muhammad Nawawi yang saya banggakan dan Adik Muhammad Abdul Malik yang saya sayangi, terima kasih sudah mendoakan dan mensupport saya, semoga kakak dan adek sukses selalu.
3. Untuk segenap keluarga besar yang selalu mendoakan saya.
4. Terimakasih sudah menemani dan menjadi pendengar yang baik selama menyelesaikan skripsi Ikfina Kamalia.
5. Terimakasih kepada Mba Laily Nur Asyifa, Mba Annisa Shorea Pinanga dan Mas Arif Hidayatullah yang sudah memberikan supportnya, membimbing dan semangatnya.
6. Terimakasih kepada Fauzi, Revi, Ika, Mila dan teman-teman yang selalu kebersamai Semoga Allah senantiasa memudahkan segala urusannya.
7. Terimakasih untuk teman-teman organisasiku dari HMJ S1 Perbankan Syariah, EBI Sport, HMJB, dan IMAPSI yang sudah melalui susah senang bersama dan sudah memberikan banyak pelajaran. Serta teman kelasku yang sama-sama berjuang dari berbagai daerah PBAS C 20, semoga Allah senantiasa memudahkan segala urusannya.

DEKLARASI

Dengan penuh keyakinan, kejujuran serta tanggung jawab, maka penulis menyatakan bahwa Skripsi ini tidak berisi teori yang pernah ditulis ataupun diterbitkan oleh orang lain. Demikian pula Skripsi ini tidak berisi argumen-argumen orang lain, terkecuali beberapa sumber informasi yang terdapat dalam referensi skripsi ini yang dijadikan sebagai bahan rujukan.

Semarang, 5 Desember 2023
Deklarator

Muhammad Reza
NIM. 2005036081

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata bahasa Arab yang dipakai 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. Pedoman tersebut adalah sebagai berikut:

A. Konsonan

ا = Alif	خ = Kha	ش = Sya	غ = Gha	ن = Na
ب = Ba	د = Da	ص = Sha	ف = Fa	و = Wa
ت = Ta	ذ = Dza	ض = Dal	ق = Qa	ه = Ha
ث = Tsa	ر = Ra	ط = Tha	ك = Ka	ع = A
ج = Ja	ز = Za	ظ = Zha	ل = La	
ح = Ha	س = Sa	ع = ‘	م = Ma	

B. Vokal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
َ	Fathah	A
ِ	Kasrah	I
ُ	Dhammah	U

C. Diftong

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
يَ... اِ	fathah dan ya	Ai
وَ... اِ	fathah dan wau	Au

D. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
يَ... اِ... اِ	Fathah dan alif atau ya	Ā

ي =	Kasrah dan ya	Ī
و =	Dhammah dan wau	Ū

E. Syaddah (-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda (ّ').

F. Kata Sandang (...ال)

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

G. Ta'Marbuthah (ة)

Setiap ta' marbuthah ditulis dengan "h" misalnya لمعيشة الطبيعية = al-ma'isyah al-thabi'iyah.

ABSTRAK

BSI Mobile mengalami peningkatan pada saat pandemi covid-19, dikarenakan dengan adanya BSI Mobile nasabah dapat melakukan transaksi secara online. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh *media sosial, literasi digital dan persepsi resiko* terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sampel pada penelitian ini sebanyak 112 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dengan kriteria Mahasiswa Perbankan Syariah PTKIN Se-Jawa Tengah. Pengumpulan data menggunakan Kuesioner.

Pengujian pada penelitian ini menggunakan SPSS 25 dengan uji instrumen validitas dan realibilitas serta metode analisis dengan regresi linier berganda. Sementara untuk uji hipotesis menggunakan uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji f). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *media sosial* berpengaruh terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile. *Literasi digital* berpengaruh terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile. *Persepsi resiko* berpengaruh terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile. *Media sosial, Literasi digital dan persepsi resiko* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile.

Kata Kunci :

BSI Mobile, Media sosial, Keputusan, Literasi digital, Persepsi resiko

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, penguasa alam semesta karena segala rahmat, taufiq dan hidayah-Nya. Tak lupa kita panjatkan shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Media sosial, Literasi Digital dan Persepsi Resiko terhadap keputusan mahasiswa perbankan syariah PTKIN Se-Jawa Tengah menggunakan BSI Mobile”**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan S1 pada jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwasanya terselesaikannya skripsi ini berkat bantuan oleh pihak-pihak dibalik layar yang selalu memberikan inspirasinya, dukungannya, bimbingan, saran, serta do'a. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag selaku PLT Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. Muhammad Saifullah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Ibu Heny Yuningrum, S.E., M.Si. Selaku Ketua Prodi S1 Perbankan Syariah, Ibu Muyassarah, M.Si., Selaku Sekertaris Jurusan S1 Perbankan Syariah, Ibu Kartika Marella Vanni, M.E selaku staf ahli program studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Ibu Riska Wijayanti, M. H selaku Wali Dosen.
4. Bapak Dr. H. Ade Yusuf Mujaddid M.Ag selaku dosen pembimbing I dan Ibu Mardhiyaturrositaningsih., M.E selaku pembimbing II yang selalu sabar bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen pengajar Program S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
6. Keluarga tercinta Bapak Manin, Ibu Mamah, dan Kakak Nawawi dan adek Malik yang selalu mendukung dalam setiap langkah dan selalu meberikan kasih sayang, bantuan, dukungan, moril serta materil.
7. Mahasiswa Perbankan Syariah PTKIN Se-Jawa Tengah yang sudah bersedia mengisi kuesioner, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

8. Segenap teman-teman seperjuangan Prodi S1 Perbankan Syariah dan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo yang telah memberikan dukungan.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan segala kebaikan yang telah diberikan, penulis tidak dapat membalas satu persatu dan hanya mampu mengucapkan banyak terimakasih dan mendoakan semoga Allah SWT mengganti kebaikan semua pihak yang telah ikut serta dalam penulisan ini, baik secara langsung maupun tidak dengan segala nikmat yang tak terduga sebelumnya. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan baik dari segi isi, bahasa, maupun penulisan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan guna memperbaiki tugas akhir ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat, menambah referensi, dan kontribusi positif khususnya untuk penulis dan para pembaca.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 5 Desember 2023

Penulis

Muhammad Reza
NIM. 2005036081

DAFTAR ISI

MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	14
1.3.3 Sistematika Penulisan	15
BAB II	16
2.1 Theory of Planned Behavior.....	16
2.2 Perbankan Syariah Indonesia.....	18
2.3 Mobile Banking	24
2.4 Keputusan	27
2.5 Media Sosial	29
2.6 Literasi Digital.....	31
2.7 Persepsi Resiko.....	34
2.8 Penelitian Terdahulu.....	37
2.9 Pengembangan Hipotesis	39
2.9.1 Pengaruh media sosial terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile.....	39
2.9.2 Pengaruh literasi digital terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile.....	40
2.9.3 Pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile	41
2.10 Kerangka Pemikiran	41
BAB III	43
3.1 Jenis Data Penelitian	43
3.2 Sumber Penelitian.....	43
3.2.1 Sumber Primer	43
3.2.2 Sumber Sekunder.....	43
3.3 Populasi dan Sampel.....	44
3.3.1 Populasi.....	44
3.3.2 Sampel.....	45
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	46

3.5	Definisi Operasional Variabel.....	46
3.6	Skala Penelitian.....	48
3.7	Teknik Analisa Data.....	50
3.3.3	Uji Instrumen.....	51
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.9	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	52
3.10	Uji Stimulan (F).....	53
3.11	Uji Parsial (t).....	53
BAB IV	54
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	54
4.1.1	Sejarah Bank Syariah Indonesia.....	54
4.1.2	Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia.....	54
4.1.3	BSI Mobile.....	54
4.2	Analisis Deskripsi Responden.....	57
4.3	Teknik Analisa Data.....	60
4.3.1	Uji Instrumen.....	60
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	62
4.4.1	Uji Normalitas.....	62
4.4.2	Analisis Kolmogorov-Smirnov (KS).....	63
4.4.3	Uji Multikolinearitas.....	64
4.4.4	Uji Heteroskedastisitas.....	65
4.5	Uji Hipotesis.....	66
4.5.1	Uji t (Parsial).....	66
4.5.1	Uji F (Simultan).....	68
4.6	Uji Koefisien determinasi (R^2).....	68
4.7	Uji Linier Berganda.....	69
4.8	Hasil Analisis Data Penelitian.....	70
4.8.1	Pengaruh <i>media sosial</i> terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile.....	70
4.8.2	Pengaruh <i>literasi digital</i> terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile.....	71
4.8.3	Pengaruh <i>persepsi risiko</i> terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile.....	72
BAB V	74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Populasi HIMA Perbankan Syariah PTKIN Jawa Tengah	44
Tabel 3.2 Indikator Penelitian	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas	58
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan intensitas penggunaan BSI Mobile	58
Tabel 4.4 Analisis deskriptif	59
Tabel 4.5 Hasil uji validitas	60
Tabel 4.6 Hasil uji realibilitas	61
Tabel 4.7 Hasil uji kolmogrov Smirnov	63
Tabel 4.8 Hasil uji multikolinearitas	64
Tabel 4.9 Hasil uji heterokedastitas	65
Tabel 4.10 Hasil uji t	66
Tabel 4.11 Hasil uji f	67
Tabel 4.12 Hasil uji koefosien determinasi R^2	68
Tabel 4.13 Hasil uj linier berganda	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan user dan active user BSI Mobile	5
Gambar 1.2 Grafik jumlah unduhan mobile banking Syariah	6
Gambar 1.3 Pengguna media sosial di Indonesia	7
Gambar 1.4 Perbandingan indeks literasi digital berdasarkan provinsi	12
Gambar 1.5 Indeks literasi digital di Jawa Tengah 2021-2022	14
Gambar 4.1 Fitur BSI Mobile	55
Gambar 4.2 Hasil uji P-Plot	62
Gambar 4.3 Hasil uji Heterokedastisitas	62

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang terdampak virus Covid-19. Virus corona (covid-19) pertama kali terdeteksi menjelang akhir tahun 2019, tepatnya pada bulan Desember.¹ Awal mula kejadian tersebut ditemukan di Tiongkok, Wuhan². Hal ini membuat masyarakat setempat resah bahkan masyarakat dunia pun merasakan hal yang sama karena penyebaran dari virus ini sangat cepat. Indonesia merupakan sebuah negara berkembang dan negara terpadat keempat di dunia, Sehingga hal ini membuat penyebaran virus covid-19 ini menjadi lebih cepat. Sebagai tanggapan, pemerintah Indonesia tidak tinggal diam, pemerintah melakukan berbagai upaya dan membuat kebijakan-kebijakan untuk memerangi pandemi Covid-19³. Langkah awal pemerintah Indonesia adalah menggalakkan gerakan social distance kepada seluruh masyarakat Indonesia.⁴ Social distancing yang sudah diterapkan oleh pemerintah di Indonesia masih belum memberikan efek penurunan yang terlihat, kemudian pemerintah memberlakukan kebijakan baru yaitu khususnya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). PSBB ini tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang PSBB dengan tujuan untuk mempercepat penanganan dan pengurangan virus corona atau covid-19.⁵ Peraturan ini mengatur apa saja yang dibatasi pada saat peraturan ini berlaku, antara lain kegiatan sekolah, kegiatan kerja, kegiatan keagamaan, kegiatan di fasilitas umum, kegiatan sosial budaya, dan angkutan umum yang semuanya dibatasi.⁶

Secara global, epidemi Covid memberikan dampak yang sangat besar bagi semua negara, termasuk Indonesia. Masa keruntuhan ekonomi di Asia Tenggara akan diperpanjang seiring dengan meningkatnya penyebaran virus corona.⁷ Covid 19 memberikan dampak yang signifikan terhadap beberapa sektor, termasuk

¹ Ririn Noviyanti Putri, "Indonesia Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19," *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 20, no. 2 (2020): 705, <https://doi.org/10.33087/jiubj.v20i2.1010>.

² Y Yuliana, "Corona Virus Diseases (Covid-19): Sebuah Tinjauan Literatur," *Wellness And Healthy Magazine* 2, no. 1 (2020): 187–92, <https://doi.org/10.30604/well.95212020>.

³ Mardhiyatur Rosita Ningsih and Muhammad Syarqim Mahfudz, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Manajemen Industri Perbankan Syariah: Analisis Komparatif," *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 1 (2020).

⁴ Catrin Sohrabi et al., "World Health Organization Declares Global Emergency: A Review of the 2019 Novel Coronavirus (COVID-19)," *International Journal of Surgery* (Elsevier, 2020), <https://doi.org/10.1016/j.ijssu.2020.02.034>.

⁵ Putri, "Indonesia Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19."

⁶ R I Kemenkes, "Pedoman Pencegahan Dan Pengendalian Coronavirus Disease (Covid-19)," 2020.

⁷ Abdul Abiad et al., "The Economic Impact of the COVID-19 Outbreak on Developing Asia," 2020.

perekonomian.⁸ Dengan diberlakukannya Pembatasan Sosial Bersekala Besar membuat hampir seluruh sektor perekonomian di Indonesia mengalami penurunan yang sangat drastis. Menurut Kementerian Keuangan, pandemi Covid dapat menyebabkan masyarakat kehilangan pendapatan, terutama masyarakat miskin dan keluarga yang bekerja di sektor informal, serta pinjaman UMKM yang bermasalah, sistem perusahaan yang terganggu, dan kondisi keuangan yang dapat menghadapi tantangan likuiditas. Depresiasi rupiah, pelarian modal, dan volatilitas pasar keuangan.⁹

Dalam era ini masyarakat harus lebih waspada dengan penyebaran virus yang sangat cepat dengan melakukan jaga jarak dalam berinteraksi. Masyarakat dipaksa untuk beradaptasi dengan adanya perubahan ini yang semulanya kegiatannya dilakukan secara langsung, kemudian mengetahui tindakan yang akan dilakukan secara online. Tentu saja perlu adanya optimalisasi dalam bidang penggunaan teknologi.¹⁰ Bekerja dari rumah dan kendala sosial menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi bank untuk merespons dengan menawarkan layanan digital yang dapat memenuhi kebutuhan sosial masyarakat dan membantu meningkatkan perekonomian selama pandemi Covid 19, menurut Heru Kristiyana, Kepala Eksekutif Pengawasan Perbankan di Financial Otoritas Layanan.¹¹

Di negara-negara maju, bank berfungsi sebagai lembaga penting yang memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi negaranya, sementara di negara-negara berkembang, tujuan utama bank adalah untuk menyimpan dan mendistribusikan uang, meskipun bank juga menawarkan layanan lain.¹² Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 mendefinisikan bank sebagai organisasi komersial yang menerima simpanan masyarakat umum dan menyalurkan uang tersebut kepada masyarakat umum dalam bentuk simpanan.¹³ Ada dua jenis perbankan di Indonesia: perbankan syariah dan perbankan reguler. Bank yang menjalankan perbankan syariah adalah bank yang operasionalnya diatur berdasarkan hukum Islam

⁸ P H Livana et al., "Dampak Pandemi COVID-19 Bagi Perekonomian Masyarakat Desa," *Indonesian Journal of Nursing and Health Sciences* 1, no. 1 (2020): 37–48.

⁹ Rahma Ainul Mardiyah¹ and R Nunung Nurwati, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Peningkatan Angka Pengangguran Di Indonesia," *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial Universitas Padjajaran*, 2020.

¹⁰ Rosilia Salmah and Luqman Hakim, "Pendapatan, Pendidikan, Persepsi Kemudahan, Dan Sikap Sebagai Mediasi Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syari'ah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2021): 798–805.

¹¹ Keuangan, Roadmap Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia 2020-2015.

¹² M B A Ismail, *Perbankan Syariah* (Kencana, 2017).

¹³ Otoritas Jasa Keuangan, "Buku 2 Perbankan Seri Literasi Keuangan Perguruan Tinggi," 2019, 1–251.

dan tidak membebankan bunga kepada nasabah.¹⁴ Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan tiga kategori bank syariah.

Bank syariah pertama di Indonesia didirikan pada tahun 1992 bernama Bank Muamalat Indonesia. Perkembangan Bank Muamalat Indonesia awalnya dianggap stagnan, namun ketika Indonesia mengalami krisis moneter pada tahun 1997 dan 1998, semakin banyak orang yang mulai menaruh perhatian pada bank tersebut karena bank tersebut tidak terkena dampaknya.¹⁵ Islam dianut oleh mayoritas masyarakat Indonesia, maka perbankan syariah menawarkan prospek yang besar. Perbankan syariah semakin populer, apalagi dengan bergabungnya tiga bank syariah besar di Indonesia, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) didirikan dengan menggabungkan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Peningkatan aset akibat merger bank ini berdampak pada jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).¹⁶ Bank Syariah Indonesia memiliki komitmen dalam membangun ekonomi keuangan syariah dengan kerja sama dan program-program keunggulan, Hal ini terbukti dengan keberhasilan Bank Syariah Indonesia per Agustus 2023 berhasil memenangkan sebanyak 68 penghargaan.¹⁷ BSI dinobatkan sebagai The Best Financial Performance Bank Tahun 2022 (KBMI 3) Aset > Rp 200 Triliun dan Excellent Financial Performance Tahun 2022 kali ini. Acara ini diselenggarakan oleh info bank media group dalam acara kegiatan Financial Award 2023. Dari penilaian yang diberikan oleh juri Bank BSI menunjukkan kemampuan digitalisasi dan tata pengelolaan perusahaan yang baik. Selain itu Bank BSI juga melakukan pembiayaan yang solid sebesar 207,12 triliun. Tentu saja kinerja ini sangatlah baik karena terus mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya. Mengingat Bank Syariah Indonesia baru saja melakukan merger, hal ini merupakan prestasi yang luar biasa.

Menurut Banjaran Surya, pakar ekonomi Islam salah satu universitas Indonesia, merger bank syariah memiliki prospek yang cukup luas karena tentunya bank syariah ini akan mewarisi keunggulan dari ketiga entitas tersebut, dan juga akan berpengaruh

¹⁴ Ismail, *Perbankan Syariah*.

¹⁵ *Ibid*.

¹⁶ Achmad Sani Alhusain, "Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional," *Info Singkat: Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik* 13, no. 3 (2021): 19–24.

¹⁷ Bank Syariah Indonesia.

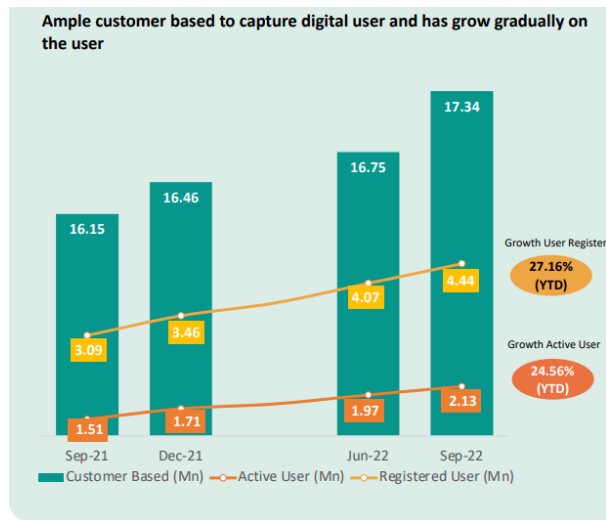
terhadap perluasan pangsa pasar keuangan.¹⁸ Salah satu keunggulan yang diwarisi adalah mobile banking. Bank Syariah Indonesia memiliki layanan digital yang dinamakan dengan BSI Mobile. Aplikasi terintegrasi dalam lingkup Bank Syariah Indonesia, BSI Mobile didasarkan pada data klien. Seiring berjalannya waktu, layanan BSI Mobile telah berkembang untuk memenuhi beragam fungsi.¹⁹ Layanan BSI Mobile telah berkembang dari waktu ke waktu untuk melayani berbagai tujuan. Pelanggan dapat dengan mudah melakukan transaksi perbankan menggunakan BSI Mobile, terutama saat pandemi sedang berlangsung. BSI Mobile memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi keuangan, khususnya di tengah pandemi saat ini. Klien dapat menghubungkan akses ke berbagai aktivitas menggunakan BSI Mobile. Fitur-fitur yang dimiliki BSI Mobile antara lain informasi kantor cabang, layanan Islami (Juz Amma, Asmaul Husna, Hikmah, Kalkulator Qurban), informasi rekening, transaksi transfer, transaksi pembayaran, transaksi pembelian, dan Ziswaf (Zakat, Infaq, Shodaqoh, Wakaf) dan masih banyak lagi.²⁰ Hal ini menjadi insentif bagi nasabah untuk memilih BSI Mobile sebagai aplikasi untuk membantu segala transaksi online. Rangkuman perkembangan pengguna dan pengguna aktif layanan digital BSI Mobile disajikan di bawah ini.

¹⁸ Monica Wareza, "Merger Bank Syariah BUMN Sedahsyat Ini Dampak Ekonominya" (CNBC Indonesia. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/market> ..., 2020).

¹⁹ Dwita Febrianti, Sella Azara Lailatul Hidayah, and Nadia Fathurrahmi Lawita, "Penerapan Basis Data Pada Perusahaan Perbankan (Studi Kasus Penerapan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia)," n.d.

²⁰ *Ibid*

Gambar 1.1 Perkembangan pengguna dan pengguna aktif pada layanan BSI Mobile



Sumber : Data laporan dari PT Bank Syariah Indonesia Tbk.

Statistik ini membuktikan bahwa jumlah pengguna dan pengguna aktif BSI Mobile terus bertambah setiap tahunnya (YoY).²¹ Sejak Desember hingga September 2022, tahun pertama BSI Mobile beroperasi, jumlah pengguna terdaftar meningkat secara stabil sebesar 27,16% YTD.²² Sedangkan untuk pengguna aktifnya juga sama mengalami kenaikan yang konsisten sebesar 24.56 % YTD. ²³ Perkembangan yang dialami BSI Mobile adalah sebuah gambaran dari bagaimana efesienya elektronik based yangdigunakan oleh BSI, hal itu meliputi pengolahan, pembuatan, maupunmenyimpan informasi pada elektronik tersebut.

Direktur utama Bank Syariah Indonesia Harry Gunardi mengatakan jumlah peningkatan pada pengguna mobile banking dipengaruhi oleh perubahan perilaku dari masyarakat yang semakin melek digital dan sudah terbiasa dengan layanan perbankan elektronik BSI. Bertambahnya user dari BSI Mobile juga berpengaruh terhadap transaksi yang dilakukan di BSI Mobile, BSI Mobile sudah mencatat sampai bulan Mei 2023 transaksi yang ada sudah sampai 140 juta. Hal ini tentunya sangat luar biasa SEVP Digital Banking Bank Syariah Indonesia Saut Parulian Saraguh mengatakan capaian itu merupakan sebuah gambaran dari preferensi dari masyarakat terhadap penggunaan mobile banking terus mengalami peningkatan. Oleh karena itu, penting untuk

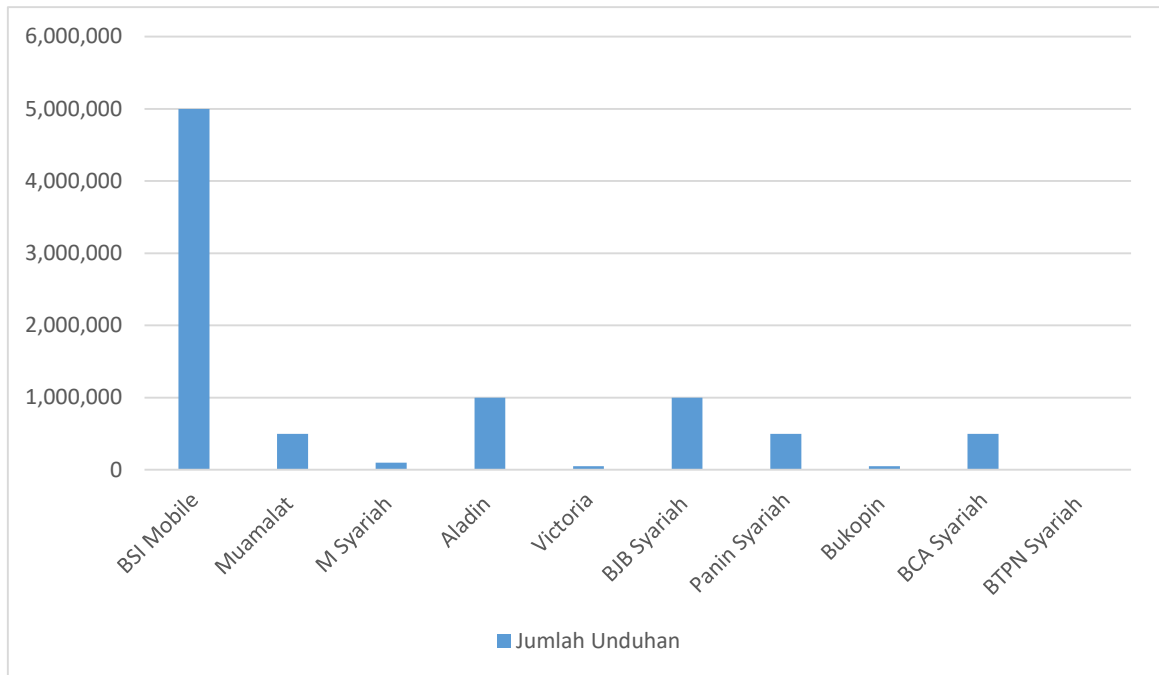
²¹ Bank Syariah Indonesia.

²² *Ibid.*

²³ *Ibid.*

mengetahui apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking.

Gambar 1.2 Grafik jumlah Unduhan Mobile Banking Syariah.



Sumber: Playstore

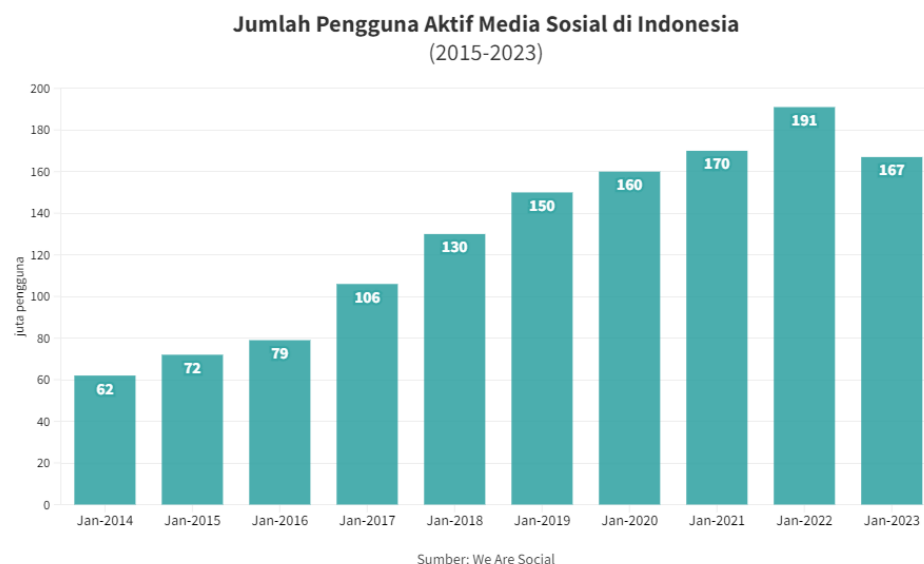
Di Indonesia sendiri terdapat 10 bank syariah yang dimana dari setiap bank syariah itu sudah memiliki mobile banking. Mobile banking menjadi syarat khusus kebanyakan masyarakat dalam memutuskan untuk menggunakan layanan Bank, Karena mobile banking dapat membuat transaksi menjadi lebih mudah bagi masyarakat. Di antara sepuluh bank tersebut, Bank Syariah Indonesia dengan aplikasi mobile banking BSI Mobile menempati posisi pertama dengan 5 juta unduhan. Menyusul BSI Mobile adalah Bank Mega Syariah dan Bank BJB Syariah. Grafik di bawah ini menggambarkan jumlah unduhan mobile banking bank syariah di Indonesia. Dalam penelitian ini, Teori Perilaku Terencana diterapkan. Keputusan pelanggan untuk menggunakan BSI Mobile dapat dijelaskan dengan pengertian ini. Cara seseorang merasakan dan bertindak berdasarkan keinginan yang kuat disebut sebagai sikapnya dalam Teori Perilaku Terencana. Mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, nilai-nilai yang terdapat dalam Theory of Planned Behavior sangatlah signifikan.

Dalam penelitian ini, Teori Perilaku Terencana diterapkan. Keputusan pelanggan untuk menggunakan BSI Mobile dapat dijelaskan dengan pengertian ini. Cara seseorang merasakan dan bertindak berdasarkan keinginan yang kuat disebut sebagai sikapnya dalam Teori Perilaku Terencana. Mengenai variabel-variabel yang

digunakan dalam penelitian ini, nilai-nilai yang terdapat dalam *Theory of Planned Behavior* sangatlah signifikan.

Penelitian sebelumnya menemukan berbagai faktor dalam mobile banking yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah. Menampilkan studi yang mengkaji media sosial yang dilakukan pada tahun 2022 oleh M. Sharma, S Benerjee, dan J Paul, yang menggunakan variabel media sosial dalam penelitiannya.²⁴ Sosial media merupakan media yang memiliki pengaruh dorongan terbesar dalam adopsi mobile banking. Efisiensi media sosial juga akan meningkat seiring dengan transisi konsumen dalam berbagai tahap kognitif adopsi mobile banking. Berdasarkan temuan penelitian ini, media sosial memiliki pengaruh yang menguntungkan terhadap keputusan menggunakan mobile banking. Berikut adalah grafik pertumbuhan pengguna media sosial.

Gambar 1.3 Pengguna media sosial di Indonesia



Sumber : We are Social Digital Report

Berdasarkan temuan analisis We Are Social, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia akan mencapai 167 juta pada Januari 2023. Jumlah pengguna tersebut setara dengan 60,4% penduduk Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial sudah menjamur di masyarakat Indonesia. Jumlah pengguna aktif media sosial pada tahun 2023 ini mengalami penurunan dari tahun sebelumnya, penurunan itupun disebabkan salah satunya oleh sumber yang digunakan oleh We Are Social mengalami

²⁴ Manisha Sharma, Subhojit Banerjee, and Justin Paul, "Role of Social Media on Mobile Banking Adoption among Consumers," *Technological Forecasting and Social Change* 180 (2022): 121720.

revisi penting dan penyesuaian tersebut membuat data-data terbaru tidak seimbang dengan data-data sebelumnya. Penurunan ini menjadi pertama kali terjadi dalam satu dekade terakhir. Seseorang menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan pengguna media sosial lainnya. Informasi di media sosial sangat mudah tersebar luas oleh karena itu para penggunanya dapat memilah informasi yang didapatnya.²⁵ Namun Pada penelitian yang lainnya yang dilakukan oleh Husni dan Candra Ahdika dengan menggunakan variabel media sosial pada penelitiannya menyatakan bahwa media sosial mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan mobile banking, namun tidak signifikan.²⁶

Dengan kemajuan media digital yang sangat cepat ini maka perlu adanya pembaharuan dan adaptasi dari perbankan untuk dapat menjawab keinginan dan kebutuhan masyarakat. Hal ini perlu dilakukan untuk menarik perhatian masyarakat sehingga dapat melirik dan memutuskan untuk memilih dan menggunakan. Bank Syariah Indonesia memiliki beberapa media sosial diantaranya ada Instagram, facebook, dan twiter.

Bank Syariah Indonesia memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menjangkau para nasabahnya dalam melakukan pemasaran ataupun pemberian informasi.. Hal ini dilakukan karena di Indonesia sendiri internet sudah menjamur di berbagai kalangan masyarakat Indonesia, sehingga media sosial adalah alat yang tepat dalam melakukan hal tersebut. Bank Syariah Indonesia sendiri menggunakan 3 platform media sosial dalam operasionalnya. Dari ketiga media sosial yang dimiliki oleh BSI, Instagram menjadi media yang paling aktif dalam melakukan promosi dan juga informasi.

Instagram Bank Syariah Indonesia memiliki rata-rata intensitas mengupload feed atau pun reels sebanyak 45 kali dalam rentan waktu 1 bulan. Instagram Bank Syariah Indonesia memiliki pengikut sebanyak 309 ribu. Dalam instagram BSI cukup aktif dalam melakukan pemasaran produk-produknya dan juga memberikan informasi kepada para nasabahnya. Tidak hanya aktif memberikan informasi saja BSI juga cukup baik dalam merespon nasabahnya yang ada pada postingan. Kemudian di dua platform

²⁵ Kominfo, "Status Literasi Digital Indonesia 2020 Hasil Survei Di 34 Provinsi." 2020

²⁶ Husni, T. C. A. (2022). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI)(Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).

media sosial yang lainnya Bank Syariah Indonesia juga cukup aktif akan tetapi tidak seaktif instagramnya.

Faktor pengaruh keputusan menggunakan mobile banking lainnya adalah Persepsi resiko. Menurut penelitian S Elhajjar dan F Ouaida, variabel literasi digital, tinjauan perubahan, persepsi risiko, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat semuanya mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan mobile banking, sedangkan kesadaran dan kompatibilitas tidak. pada keputusan untuk mengadopsi mobile banking.²⁷ Namun menurut penelitian Adria Yudi Kurniaputra dan Mochamad Nurhadi yang menggunakan variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko, variabel persepsi kemudahan dan manfaat mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap penggunaan mobile banking, sedangkan Variabel lainnya yaitu persepsi risiko tidak mempunyai pengaruh. pengaruh besar pada keputusan untuk menggunakan mobile banking.²⁸

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking adalah persepsi risiko. Yang dimaksud dengan “persepsi risiko” adalah tingginya risiko penerapan inovasi teknologi. Risiko yang dirasakan adalah ketidakpastian yang dialami pelanggan ketika mereka tidak dapat melihat kemungkinan terjadinya peristiwa sebagai akibat dari keputusan mereka. Perasaan akan risiko disebabkan oleh kebingungan mengenai besarnya ketidaksesuaian antara penilaian konsumen dan perilaku sebenarnya, serta kegagalan dalam menerima teknologi yang diberikan secara memadai.²⁹ Menurut Maryanto, aktivitas phishing yang dilakukan sekelompok orang dengan membuat situs yang seolah-olah mirip dengan situs bank asli, sehingga nasabah berpikir dan mengakses sistem, merupakan kekhawatiran bersama. Selain itu, bahaya dapat timbul jika nasabah khawatir terhadap terjadinya kebocoran informasi rekening di BSI Mobile yang terjadi belakangan ini, serta kegagalan transaksi nasabah yang diperlukan saat ini.

Pada tanggal 5 Mei 2023 Bank Syariah Indonesia mengalami serangan ransomware atau perangkat keras perusak yang diakui hal ini dilakukan oleh kelompok

²⁷ Samer Elhajjar and Fadila Ouaida, “An Analysis of Factors Affecting Mobile Banking Adoption,” *International Journal of Bank Marketing* 38, no. 2 (April 7, 2020): 352–67, <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2019-0055>.

²⁸ Adria Yudi Kurniaputra and Mochamad Nurhadi, “PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, RISIKO DAN MANFAAT TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BRI DI SURABAYA,” *Journal of Business & Banking* 8, no. 1 (October 31, 2018), <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1557>.

²⁹ Ibrahim M Al-Jabri and M Sadiq Sohail, “Mobile Banking Adoption: Application of Diffusion of Innovation Theory,” *Journal of Electronic Commerce Research* 13, no. 4 (2012): 379–91.

peretas yang bernama pretas Lockbit 3.0.³⁰ Pelaku peretasan ini mengaku ada 1,5 terabyte data nasabah yang berhasil mereka curi, data tersebut diantaranya ada dokumen finansial, dokumen legal, perjanjian kerahasiaan serta password akses internal dan layanan perusahaan. Kejadian ini membuat layanan ajungan tunai (ATM) dan layanan BSI Mobile lumpuh sementara. Dengan adanya kelumpuhan ini membuat para nasabah merasa dirugikan karena mereka tidak dapat melakukan transaksi. Keresahan ini dialami oleh semua kalangan masyarakat yang menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia, salah satunya masyarakat aceh yang merupakan seorang pemilik kapal nelayan. Hal ini disebabkan kurangnya bahan bakar biodiesel di stasiun pengisian bahan bakar nelayan (PSBN) karena mereka tidak dapat melakukan pesanan kepada pertamina ketika BSI sedang mengalami masalah seperti ini.³¹

Salah satu tolak ukur keberhasilan perbankan dalam meningkatkan persepsi nasabah bergantung kepada kepercayaan nasabah terhadap bank itu sendiri.³² Dulunya layanan perbankan dilakukan secara langsung atau manual sehingga menghancurkan para nasabahnya mendatangi kantor bank terdekat, akan tetapi untuk saat ini para nasabah dapat menghemat waktu dan biaya karena layanan perbankan saat ini sudah mengalami digitalisasi. Tentunya dengan kemajuan ini membuat masyarakat memiliki ketertarikan dengan layanan tersebut sehingga membuat semakin tingginya keputusan dalam memilih dan menggunakan mobile banking. Setelah tingginya keputusan ini tentunya perbankan sendiri harus dapat memberikan kepercayaan kepada nasabahnya dengan menjamin tingkat resiko, karena ini adalah salah satu faktor yang dipertimbangkan nasabah ketika memilih untuk menggunakan mobile banking atau tidak. Semakin mudahnya layanan itu digunakan maka tingkat ketertarikan nasabah juga akan mengikutinya.³³

Faktor yang digunakan pada penelitian berikutnya adalah literasi digital. Menurut penelitian dari Pradini, K. T, dan Susanti dengan menggunakan variabel literasi keuangan, literasi digital, dan kenyamanan x1 (literasi finansial) tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pemanfaatan mobile banking, namun faktor literasi

³⁰ Liputan 6, diakses pada 25 September 2023, referensi <https://bit.ly/3tCDGnP>

³¹ BBC NEWS INDONESIA, diakses pada 25 September 2023, referensi <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cn01gdr7eero>

³² Adhi Prakosa, "Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking," *Jurnal Manajemen* 9, no. 2 (2019): 270–82.

³³ Prakosa.

digital dan kenyamanan mempunyai pengaruh positif yang kuat.³⁴ Namun pada penelitian lainnya dengan menggunakan variabel financial skills dan literasi digital. Menurut penelitian ini, karakteristik yang dimasukkan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang menguntungkan, namun literasi digital tidak mempunyai pengaruh yang signifikan.³⁵

Saat ini literasi bukan hanya tentang melek huruf akan tetapi juga terhadap teknologi dan dalam bidang keuangan.³⁶ Keahlian digital seseorang harus disempurnakan dalam hal menerima, mencari, dan menemukan informasi. Menurut buku Digital Literacy karya Paul Gilster, literasi digital adalah kapasitas seseorang dalam memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai bentuk dari sumber yang ada dimana saja yang dapat diakses dengan menggunakan komputer.³⁷ Ketika seseorang memiliki kemampuan literasi digital yang tinggi, maka ia dapat memahami teknologi, cara memanfaatkannya, dan mengantisipasi apa yang akan terjadi. Berikut adalah indeks literasi digital di Indonesiapada tahun 2023:

³⁴ Krissandi Tunggal Pradini and Susanti Susanti, "Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bca, Bni, Bri," *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 10, no. 10 (2021): 859.

³⁵ Saif Ullah et al., "Consumers' Intention to Adopt m-Payment/m-Banking: The Role of Their Financial Skills and Digital Literacy," *Frontiers in Psychology* 13 (2022): 873708.

³⁶ Pradini and Susanti, "Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bca, Bni, Bri."

³⁷ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, "Materi Pendukung Literasi Digital," *Jakarta Timur: Kemendikbud*, 2017.

Gambar 1.4 Perbandingan Indeks Literasi Digital Indonesia Berdasarkan Provinsi Tahun 2021 hingga 2022

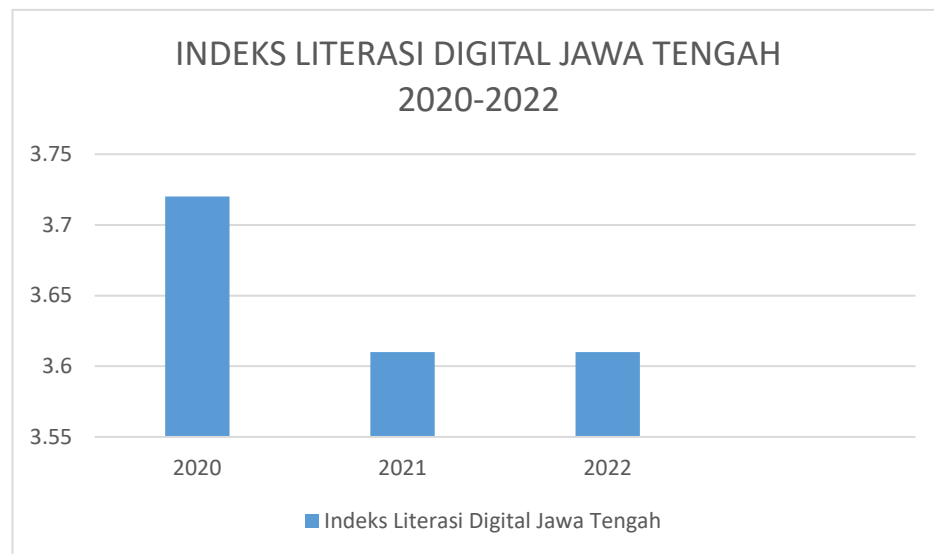
Peringkat	Tahun 2022		Tahun 2021	
	Provinsi	Indeks	Provinsi	Indeks
1	DI Yogyakarta	3,64	DI Yogyakarta	3,71
2	Kalimantan Barat	3,64	Kepulauan Riau	3,68
3	Kalimantan Timur	3,62	Kalimantan Timur	3,62
4	Papua Barat	3,62	Sumatra Barat	3,61
5	Jawa Tengah	3,61	Gorontalo	3,61
6	Kalimantan Tengah	3,60	Papua Barat	3,61
7	Jawa Barat	3,60	Nusa Tenggara Timur	3,60
8	DKI Jakarta	3,59	Kalimantan Barat	3,58
9	Kep. Riau	3,59	Aceh	3,57
10	Jawa Timur	3,58	Kalimantan Utara	3,57
11	Sulawesi Tenggara	3,57	Sulawesi Barat	3,57
12	Papua	3,55	Kepulauan Bangka Belitung	3,57
13	Bengkulu	3,55	Jawa Timur	3,55
14	Maluku	3,54	Sulawesi Utara	3,53
15	Jambi	3,54	Lampung	3,52
	Skor Indeks 2021	3,54	Skor Indeks 2022	3,49

Sumber : APTIKA KOMINFO 2023

Menurut berita harian APTIKA KOMINFO yang ditulis oleh Pratiwi Agustini per tanggal 2 Februari 2023 dengan judul artikel “Indeks Literasi Digital Indonesia Kembali Meningkatkan tahun 2022” Berdasarkan temuan survei Status Literasi Digital Indonesia tahun 2022 yang dilakukan Kementerian Komunikasi dan Informatika, yang dilakukan bekerja sama dengan Katadata Insight Center (KIC). Pada tahun ini literasi digital di Indonesia mengalami peningkatan sebanyak 0,05 % dari tahun sebelumnya yang semula 3,49 menjadi 3,54. Skor dari indeks literasi digital termasuk pada kategori sedang. Indeks ini terdiri dari empat pilar yaitu keterampilan digital (digital skills, etika digital (digital ethics), keamanan digital (digital safety), dan budaya digital(digital culture).³⁸ Berikut adalah indeks literasi digital di Jawa Tengah :

³⁸ Pratiwi Agustini, “Indeks Literasi Digital Indonesia Kembali Meningkatkan tahun 2022, (<https://aptika.kominfo.go.id/2023/02/indeks-literasi-digital-indonesia-kembali-meningkat-tahun-2022/>)

Gambar 1.5 Indeks Literasi Digital di Jawa Tengah tahun 2021-2022.



Sumber : databoks.katadata

Menurut Grafik diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2020 indeks literasi digital di Jawa Tengah menyentuh angka 7,1 yang dimana pada tahun itu masuk kedalam 5 besar provinsi dengan indeks literasi digital tertinggi di Indonesia.³⁹ Akan tetapi pada tahun 2021 dan 2022 mengalami penurunan menjadi 3,61%. Peningkatan literasi digital di Jawa Tengah perlu dilakukan untuk meningkatkan sub-indeks literasi informasi dan data, yang menghubungkan dengan pemikiran kritis tentang media dan data. Selain itu, masyarakat yang tinggal di pinggiran kota di Jawa Tengah memerlukan perhatian khusus karena sering memanfaatkan internet. Masyarakat ini mempunyai kebiasaan positif dan negatif, namun tidak mampu mendeteksi hoax dan sangat rentan menyebarkan informasi hoax. Indeks literasi digital di Jawa Tengah berhubungan dengan etika digital dan budaya digital. Hal ini terjadi karena penggunaan perangkat digital tidak hanya untuk penggunaan alat dengan aman dan terampil akan tetapi juga membentuk etika digital dan budaya digital yang baik.

Variabel dan objek yang akan digunakan telah diterapkan, sehingga penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti sekarang berbeda dengan penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya. Kali ini peneliti akan membahas variabel persepsi risiko, media sosial, dan literasi digital yang semuanya memiliki taktik berguna untuk mendongkrak jumlah pengguna BSI Mobile. Alasan di balik fenomena yang muncul pada penelitian-penelitian sebelumnya dan menimbulkan perbedaan menjadi latar belakang dan latar

³⁹ Katadata, Indeks Literasi Digital, referensi <https://katadata.co.id/dashboard-literasi-digital>

penyelidikan atas pilihan penggunaan BSI Mobile oleh para peneliti. Informasi latar belakang ini menunjukkan seberapa luas penggunaan mobile banking di Bank Syariah Indonesia mengalami kenaikan saat pandemi covid hingga saat ini dan juga Bank Syariah Indonesia merupakan bank yang memiliki segudang prestasi, oleh karena itu penulis melakukan riset dengan judul *“Pengaruh Media sosial, Digital literasi, dan Persepsi resiko terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile pada mahasiswa perbankan syariah PTKIN se-Jawa Tengah”*

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh media sosial terhadap keputusan Mahasiswa HIMA perbankan syariah PTKIN se-Jawa Tengah menggunakan BSI Mobile?
2. Apakah pengaruh literasi digital terhadap keputusan Mahasiswa HIMA perbankan syariah PTKIN se-Jawa Tengah menggunakan BSI Mobile?
3. Apakah pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan Mahasiswa HIMA perbankan syariah PTKIN se-Jawa Tengah menggunakan BSI Mobile?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap keputusan Mahasiswa HIMA perbankan syariah PTKIN se-Jawa Tengah menggunakan BSI Mobile.
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap Mahasiswa HIMA perbankan syariah PTKIN se-Jawa Tengah yang mengambil keputusan mengadopsi BSI Mobile.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap mahasiswa Mahasiswa HIMA perbankan syariah PTKIN se-Jawa Tengah dalam keputusan pemanfaatan BSI Mobile.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini:

1. Manfaat teoritis

Meningkatkan pemahaman tentang pertumbuhan perbankan digital di Bank Syariah Indonesia, produk BSI Mobile, dan tantangan terkait penggunaan BSI Mobile.

2. Manfaat praktis
 - a. Diharapkan dapat memberikan manfaat yang diperoleh selama kuliah, khususnya digital banking BSI Mobile.
 - b. Sebagai sumber untuk penelitian masa depan.

1.3.3 Sistematika Penulisan

Sistematika tulisan ini memperjelas kerangka penelitian yang menjadi gagasan kunci dalam pembahasan selanjutnya. Berikut langkah-langkah dalam menulis skripsi:

BAB I : PENDAHULUAN

Sebelum meleburkannya ke dalam rumusan masalah, Bab 1 mengupas secara metodelatar belakang pokok bahasan, yaitu topik pemikiran dan gambaran dasar penelitian. Bab ini diakhiri dengan uraian tentang tujuan penelitian dan sistem penulisan, serta bagaimana penerapannya.

BAB II: KERANGKA TEORITIS

Landasan teori argumen variabel dependen dan independen disajikan pada Bab 2, beserta tinjauan literatur dan analisis teoritis yang menghasilkan pembuatan judul.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab 3 menjelaskan secara umum objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data..

BAB IV : PEMBAHASAN DAN HASIL DATA

Pada Bab 4 Peneliti telah menemukan hasil pengujian yang diinterpretasikan temuan uji statistik, meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji moralitas, uji regresi linier, uji t, dan uji f. Hipotesis kemudian diterima atau ditolak berdasarkan temuan penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab 5 berisi Kesimpulan, hambatan penelitian, dan saran untuk studi tambahan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Theory of Planned Behavior

Teori sebelumnya yang dikenal dengan *Reasoned Action Theory* direvisi menjadi *Theory of Planned Behavior*. Teori ilmiah yang dikenal dengan teori tindakan beralasan menjelaskan niat individu untuk melakukan tindakan berdasarkan dua variabel: sikapnya terhadap aktivitas dan norma subjektif. Pada tahun 1991, Icek Azjen menambahkan komponen baru pada Teori Perilaku Terencana: kontrol perilaku yang dirasakan orang. *Theory of Planned Behavior* menggantikan konsep *Reasoned Action* dengan munculnya komponen-komponen tersebut.⁴⁰

Perilaku setiap orang ditentukan oleh keinginan berperilakunya, menurut *Theory of Planned Behavior*. Standar subyektif, kontrol yang dirasakan, dan sikap terhadap perilaku merupakan tiga faktor yang mempengaruhi niat berperilaku.⁴¹ Karena tingginya tingkat kekhususan dan informasi yang dikumpulkan, serta keakraban yang akan dipupuknya, teori ini berfungsi sebagai landasan bagi keyakinan yang dapat membujuk seseorang untuk terlibat dalam suatu perilaku tertentu. saat menjalankan tugas apa pun.

Teori psikologi yang menghubungkan konsep dan perilaku disebut *Theory of Planned Conduct*, atau TPB. Tiga elemen kunci membentuk landasan teoritis. Diantaranya adalah unsur-unsur seperti sikap, kontrol perilaku yang dirasakan, dan norma subjektif. Berikut penjelasan lebih mendalam mengenai ketiga poin tersebut:

a. Sikap (Attitude)

Sikap internal dan yang diajarkan seseorang menentukan akan bereaksi negatif atau positif terhadap suatu peristiwa atau tidak. Kecenderungan untuk bereaksi secara positif atau negatif terhadap unsur-unsur evaluatif dalam kaitannya dengan sesuatu, orang, atau peristiwa dikenal sebagai sikap. Besar kecilnya niat individu dalam melakukan sesuatu dipengaruhi oleh sikap positif individu tersebut.⁴² Menurut Ajzen, sikap adalah keadaan pikiran yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam menyikapi suatu hal atau peristiwa tertentu.⁴³

⁴⁰ Risa Nadya Septiani and Eni Wuryani, "PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN INKLUSI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM DI SIDOARJO," *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 9, no. 8 (September 9, 2020): 3214, <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p16>.

⁴¹ Dkk Afdalia, Nadhira, "Theory of Planned Behavior Dan Readiness for Change Dalam Memprediksi Niat Implementasi Peraturan," *Jaai* 18, no. 2 (2014): 110–23.

⁴² Ibid

⁴³ Ni Nyoman Anggar Seni and Ni Made Dwi Ratnadi, "Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi," *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 12, no. 6 (2017): 4043–68.

Menurut alur pemikiran ini, gagasan seseorang tentang suatu tindakan dipengaruhi oleh aktivitas itu sendiri dan mengungkapkan sikapnya terhadap tindakan tersebut, oleh karena itu sikap individu dapat tumbuh sebagai akibat dari keyakinan terhadap sesuatu hal, yang biasa disebut dengan keyakinan perilaku (beliefs about behavior). Kaitannya dengan penelitian ini adalah mahasiswa perbankan syariah akan mempunyai pilihan untuk menggunakan BSI Mobile apabila BSI Mobile tersebut jika terdapat keuntungan dan keamanan didalamnya, kemudian juga sebaliknya apabila BSI Mobile tidak memberikan keuntungan dan keamanan maka mahasiswa perbankan syariah tidak akan tertarik untuk menggunakan BSI Mobile.

b. Norma Subyektif (Subjective Norm)

Norma subjektif adalah bagaimana seseorang menafsirkan pesan dari orang lain yang dimaksudkan untuk mempengaruhinya agar mendukung atau menentang suatu tindakan tertentu. Norma subjektif adalah batasan sosial yang dikenakan pada individu untuk patuh atau tidak patuh.

Norma subyektif, disebut juga keyakinan normatif, menunjukkan tingkat keyakinan seseorang terhadap penilaian orang lain mengenai tindakan yang akan dilakukannya. Apabila seseorang merasa haknya sendiri adalah berbuat semaunya dan tidak terpengaruh oleh keyakinan orang-orang disekitarnya, serta tidak mengindahkan pandangan orang-orang disekitarnya mengenai perilaku yang akan dilakukannya. Salah satu cara untuk menggambarkan fenomena ini adalah sebagai (insentif untuk patuh).⁴⁴

Norma subjektif dapat diartikan sebagai keyakinan kuat individu dalam melakukan sesuatu yang dipengaruhi oleh pendapat orang-orang disekitarnya dalam melakukan hal tersebut. Misalnya, seorang mahasiswa perbankan syariah ingin menggunakan BSI Mobile namun ragu melakukannya. Kemudian ia bertemu dengan temannya yang menjelaskan kelebihan dan kekurangan menggunakan BSI Mobile. Setelah mendengar banyak hal menarik tentang BSI Mobile, mahasiswa ini pun tertarik untuk memanfaatkannya.

⁴⁴ Afdalia, Nadhira, "Theory of Planned Behavior Dan Readiness for Change Dalam Memprediksi Niat Implementasi Peraturan."

c. **Persepsi Kontrol Perilaku (Perceived Behavior Control)**

Kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan sesuatu disebut sebagai kontrol perilaku yang dirasakan. Kontrol perilaku yang dirasakan didefinisikan sebagai keyakinan individu tentang ada tidaknya keadaan yang membatasi atau membantu seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Biasanya, hal ini ditentukan oleh pengalaman seseorang sebelumnya mengenai apakah suatu aktivitas mudah atau sulit.

Dengan hadirnya unsur pendukung yang berperan dalam pengendalian perilaku. Semakin rendah tingkat pemahaman individu terhadap perilaku yang akan dilakukan, maka semakin rendah pula tingkat dukungan individu tersebut. Kontrol perilaku yang dirasakan adalah kemampuan untuk mengontrol persepsi seseorang tentang betapa mudah atau sulitnya suatu tugas. Yang dimaksud dengan kontrol perilaku yang dirasakan adalah keyakinan bahwa ada atau tidak adanya faktor eksternal yang membatasi atau memfasilitasi kemampuan individu dalam melakukan suatu tindakan.⁴⁵

Seseorang dengan pandangan optimis, hubungan yang suportif, dan sedikit tantangan dalam melaksanakan perilaku tersebut lebih cenderung berniat untuk menindaklanjuti perilaku tersebut dibandingkan seseorang dengan sifat yang sama tetapi memiliki banyak tantangan. Pelanggan yang menguasai dunia digital akan memiliki sikap positif terhadap kemajuan teknologi. Perceived control digunakan untuk menjelaskan bagaimana keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking dipengaruhi oleh persepsi risiko. Kurangnya pemahaman pelanggan terhadap situasi menyebabkan persepsi risiko. Seringnya pelanggan menggunakan media sosial akan mendorong sentimen positif mengenai keputusan teknologi mereka. Dengan menggunakan variabel media sosial, literasi digital, dan persepsi risiko dalam memilih penggunaan BSI Mobile, teori ini dapat menjelaskan peningkatan transaksi BSI Mobile.

2.2 Perbankan Syariah Indonesia

Lembaga keuangan merupakan bagian penting dari perekonomian Indonesia. Perusahaan-perusahaan ini adalah bank. Dalam rangka meningkatkan taraf hidup, bank merupakan badan keuangan yang diamanatkan oleh Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 untuk menghimpun dana masyarakat dalam bentuk deposito, giro, dan tabungan,

⁴⁵ Seni and Ratnadi, "Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi."

kemudian menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat umum melalui kredit atau saluran lainnya.⁴⁶ Dalam pandangan ini, bank berperan sebagai perantara dalam sistem keuangan, mentransfer uang dari pihak yang membutuhkan dana (dana defisit) ke pihak yang kelebihan dana.⁴⁷

Perbankan merupakan institusi yang berperan strategis dalam trilogi pembangunan. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 menyatakan bahwa tujuan pembangunan nasional adalah mewujudkan masyarakat adil dan makmur melalui sistem perekonomian berkeadilan.

Sejak lama, umat Islam di berbagai negara menghadapi tantangan dalam mewujudkan potensi dan pembangunan ekonomi mereka secara maksimal. Salah satu negara dengan populasi Muslim terbesar yang menangani masalah ini adalah Indonesia, dimana hal ini juga terjadi. Muhammad Syafi mengklaim hal ini disebabkan oleh pertentangan antara syariah dan ekonomi. Hal-hal ini harus saling melengkapi dan melengkapi.⁴⁸

Perbankan Indonesia terbagi menjadi dua kategori Bank Syariah dan Bank Konvensional.⁴⁹ Kedua jenis bank ini mempunyai peran yang sama pentingnya dan memiliki tujuan yang sama, yaitu mendorong ekspansi ekonomi, mengurangi kemiskinan, dan melalui berbagai pendekatan, mendorong pertumbuhan komunitas bisnis di Indonesia.⁵⁰

Setelah disahkannya Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008 pada tanggal 16 Juli 2008, sektor perbankan syariah kini memiliki landasan hukum yang kuat, tumbuh lebih berkelanjutan, dan memiliki kapasitas untuk memacu ekspansi lebih cepat. Secara filosofis, undang-undang ini memenuhi kebutuhan para pencari keadilan akan rasa keadilan dan kepastian hukum, khususnya dalam urusan komersial di sektor ekonomi syariah. Selama lima tahun terakhir, rata-rata pertumbuhan tahunan aset perbankan syariah telah melampaui 65%, yang menunjukkan adanya

⁴⁶ Otoritas Jasa Keuangan, "Buku 2 Perbankan Seri Literasi Keuangan Perguruan Tinggi."

⁴⁷ Rahmat Ilyas, "Peran Dewan Pengawas Syariah Dalam Perbankan Syariah," *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 2, no. 1 (2021): 42–53.

⁴⁸ Supriadi Supriadi and Ismawati Ismawati, "Implementasi Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah Untuk Mempertahankan Loyalitas Nasabah," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2020): 41–50.

⁴⁹ Nuzul Rahmayani, "Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terkait Pengawasan Perusahaan Berbasis Financial Technology Di Indonesia," *Pagaruyuang Law Journal* 2, no. 1 (2018): 24–41.

⁵⁰ *Ibid.*

lonjakan yang signifikan dalam industri ini.⁵¹ Perkembangan yang pesat ini juga tidak lepas dari peran yang dimiliki oleh Bank Muamalat Indonesia.

Bank syariah adalah suatu organisasi hukum yang kegiatan operasionalnya meliputi penerimaan dan pengeluaran uang, pemberian imbalan sesuai dengan prinsip syariah, dan melaksanakan tugas intermediasi sesuai dengan prinsip syariah. Kesimpulan ini dapat diambil dari penjelasan perbankan.⁵² Sedangkan bank konvensional adalah bank yang menjalankan usahanya secara tradisional. Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bersifat independen terhadap bank syariah dan mempunyai kedudukan yang setara dengan Dewan Komisaris merupakan salah satu pembeda yang mencolok dari kedua kategori bank tersebut.

Dewan spesialis syariah muamalah yang netral dan berpengalaman di bidang keuangan syariah membentuk Dewan Pengawas Syariah. Untuk memastikan lembaga keuangan dapat beroperasi secara efisien, Dewan Pengawas Syariah mempunyai peran pengawasan terhadap lembaga keuangan syariah. DPS mengawasi operasional kegiatan perbankan syariah seperti pasar modal syariah, asuransi syariah, bank syariah, dll. Karena direksi bertugas melaksanakan pengelolaan lembaga keuangan syariah, DPS tidak terlibat aktif dalam proses ini.⁵³ Beranggotakan para profesional di bidang muamalah syariah yang memahami keuangan syariah, Dewan Pengawas Syariah merupakan entitas independen.

Dalam menjalankan aktivitasnya perbankan syariah memiliki landasan Al-Quran dan Hadis. Kegiatan perbankan syariah dapat berhasil jika dilandasi oleh pandangan-pandangan yang didasarkan pada hukum Islam yang akurat. Hal ini dibuktikan dengan Al-Quran dan Hadist berikut ini:

1. Larangan riba. Menurut QS. Ar Rum : 39

وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوًّا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ ط
وَمَا آتَيْتُمْ مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ

Artinya : *Dan jika Anda menyumbangkan riba (ekstra) untuk menambah kekayaan manusia, maka riba tersebut tidak bermanfaat bagi Allah. Dan orang-orang*

⁵¹ Nilam Sari, *Kontrak (Akad) Dan Implementasinya Pada Perbankan Syariah Di Indonesia*, vol. 1 (Yayasan PeNA Banda Aceh, 2015).

⁵² S Purnamasari et al., *Manajemen Keuangan Islam* (Global EksekutifTehnologi, 2023)

⁵³ Ilyas, "Peran Dewan Pengawas Syariah Dalam Perbankan Syariah."

yang menyumbang dalam bentuk zakat dengan tujuan mendapatkan keridhaan Allah, adalah orang-orang yang melipatgandakan (manfaatnya).

Menurut Ibnu Abbas, riba digolongkan menjadi dua jenis, yaitu Riba yang tidak dapat dibenarkan, yang mencakup jual beli riba, dan riba yang tidak bermoral, yang melibatkan penawaran yang dilakukan sebagai imbalan atas sumbangan yang lebih banyak.⁵⁴

2. Al-Baqarah ayat 278-280

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ, ۝
وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۚ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: *Jika kamu seorang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut). Maka ketahuilah, jika kamu tidak melakukan hal itu (meninggalkan sisa riba), maka Allah dan Rasul-Nya akan memerangi kamu. Dan jika kamu bertaubat (berhenti mengambil riba), maka kamu tidak akan dirugikan atau dizalimi atas uangmu. Dan jika (yang berhutang) dalam kesulitan, berilah dia penangguhan hukuman sampai dia bebas. Dan, jika kamu tahu, memberikan (sebagian atau seluruh hutangmu) lebih sehat untuk kamu.*

Berdasarkan tafsir Al-Muyassar, “Wahai orang-orang yang beriman kepada Allah dan mengikuti Rasul-Nya, dan bertakwa kepada Allah, serta berhati-hatilah dalam meminta tambahan uang (riba) selain harta benda yang kalian miliki sebelum larangan.” Riba, jika kamu sungguh-sungguh mewujudkan keimananmu dengan perkataan dan perbuatan.⁵⁵

3. Ali Imran 130

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : *Wahai orang-orang yang beriman, hindarilah riba yang berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar mendapat kesuksesan.*

Menurut tafsir Kementerian Agama, orang-orang kafir membayar perang salah satunya Perah Uhud dengan harta yang diperoleh melalui riba, maka Allah

⁵⁴ Tafsir surat Ar-Rum Ayat 39, <https://bit.ly/46cQdN4>

⁵⁵ Tafsir Web, Surat Al-Baqarah Ayat 278, <https://tafsirweb.com/1044-surat-al-baqarah-ayat-278.html>

mengingatkan kita untuk menjauhi riba dan bertakwa kepada Allah dengan meninggalkan riba, agar kalian niscaya semoga beruntung di dunia dan di akhirat.⁵⁶

4. Hadits Riwayat Muslim

لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَكْلَ الرِّبَا وَمُؤَكِّلَهُ وَكَاتِبَهُ وَشَاهِدِيهِ وَقَالَ هُمْ سَوَاءٌ

Artinya: “Allah melaknat orang-orang yang memakan riba, orang-orang yang memakannya, kedua orang saksi, dan yang mengarangnya, lalu beliau bersabda, ‘mereka semua sama saja.’” (HR Muslim)⁵⁷

Perbankan syariah akan mudah berfungsi apabila syariah yang digunakan tepat dan sesuai. Pada Februari 2021, tiga bank syariah milik negara, Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah bergabung membentuk Bank Syariah Indonesia. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan nilai bagi pemegang saham maupun bagi pelaku industri seperti dunia usaha (UMKM), pendidikan, pengelolaan dana haji, dan pertumbuhan ekosistem ekonomi syariah.⁵⁸ Dengan merger ini, Bank Syariah Indonesia telah menjadi bank ketujuh terbesar di Indonesia berdasarkan aset, dan Bank Syariah Indonesia bertujuan untuk menjadi pemain global pada tahun 2025.

Dalam menjalankan operasionalnya, bank syariah berpegang pada berbagai prinsip, antara lain

a. Prinsip Keadilan

Dalam menjalankan operasionalnya, bank syariah berpegang pada berbagai prinsip, antara lain Bank syariah mengadopsi struktur bagi hasil yang mencakup prinsip keadilan dan pemerataan.

b. Prinsip Kesederajatan

Prinsip kesetaraan ini mewujudkan kewajiban, hak, risiko, dan keuntungan yang akan dibagi rata antar nasabah yang menyimpan dananya pada bank sebagai pengelola dana. Kita bisa berlatih bekerja sama untuk menyeimbangkan pendapatan dan kerugian dengan kesetaraan ini.

c. Prinsip Ketentraman

Tujuan didirikannya bank syariah adalah untuk menghasilkan perdamaian dengan menciptakan keharmonisan sosial dan meningkatkan perekonomian masyarakat. Oleh karena itu, prinsip perbankan syariah harus sesuai dengan hukum Islam.

⁵⁶ Tafsir web, Suart Ali Imran , <https://bit.ly/3ZDAYtU>

⁵⁷ CatatanMoeslimah, HR. Muslim, Referensi <https://catatanmoeslimah.com/hadits-tentang-riba/>

⁵⁸ Alif Ulfa, “Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah Di Indonesia,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2021): 1101–6.

Perbankan syariah beroperasi sesuai dengan hukum dan prinsip syariah Islam, khususnya menghindari Maghrib, sebagai berikut:

- 1) Menjauhi Maysir (Spekulasi). Maysir adalah perolehan kekayaan secara mudah atau perolehan kekayaan berdasarkan kesempatan, baik dengan mengambil hak orang lain maupun tidak.
- 2) Gharar. Merupakan unsur ketidakjelasan, penipuan atau kejahatan.
- 3) Haram
- 4) Riba (penambahan)
- 5) Batil. Ini menunjukkan batal atau tidak valid.

Perbankan syariah memberi konsumen aktivitas sesuai syariah untuk mengumpulkan dan mendistribusikan uang. Dengan demikian, bank syariah dapat berperan sebagai wahana penghimpun dan pengembangan tabungan masyarakat. Bank syariah menyediakan berbagai barang yang diklasifikasikan menjadi tiga kategori:

1. Produk Penyaluran Dana

- Prinsip Jual Beli (Bay')

Jual beli disebut dengan al-bay' dalam bahasa Arab. Maksudnya pertukaran atau saling tukar menukar.⁵⁹ Jual beli adalah pertukaran barang antara dua orang atau lebih yang mempunyai kepentingan bersama untuk saling memiliki. Berbagai produk penyaluran dana berdasarkan basis pembelian dan penjualan adalah sebagai berikut:

- a) Pembiayaan Salam
- b) Pembiayaan Murabahah
- c) Pembiayaan Istishna

2. Produk Penghimpunan Dana

- Prinsip Mudharabah

Mudharabah adalah memberikan harta pemilik kepada orang lain dengan tujuan untuk dikelola dengan hasil yang diharapkan yaitu mendapat keuntungan bersama⁶⁰.

- Prinsip Wadiah

⁵⁹ Siti Mujiatun, "Jual Beli Dalam Perspektif Islam: Salam Dan Istisna'," *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* 13, no. 2 (2014).

⁶⁰ Indah Nuhyatia, "Penerapan Dan Aplikasi Akad Wakalah Pada Produk Jasa Bank Syariah," *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam* 3, no. 2 (2013): 23.

Wadiah adalah transaksi yang menempatkan sesuatu untuk dipelihara atau barang yang dititipkan yang dijaga⁶¹. Berikut adalah produk yang menggunakan prinsip wadiah: wadiah prinsip: a) wadiah b)

- a) Prinsip sewa (Ijarah)
- b) Prinsip bagi hasil (Shirkah)
- c) Pembiayaan Mudharabah
- d) Pembiayaan Musyarakah

- Akad Pelengkap

Tujuan dari iklan ini bukan untuk menghasilkan keuntungan karena fee based income yang dihasilkan dari iklan ini relatif rendah, melainkan untuk memudahkan pelaksanaan transaksi perbankan. Berikut beberapa produk dari pelengkap⁶²:

- a) Rahn (Gadai)
- b) Hiwalah (alih utang penagihan)
- c) Wakalah (perwakilan)
- d) Kafalah (garansi bank)
- e) Qard (Pinjaman uang)

3. Produk jasa

- a) Sharf (jual beli valuta asing)
- b) Ijarah (sewa)

2.3 Mobile Banking

Seiring dengan berkembangnya zaman, teknologi pun mengalami perkembangan. Bbegitupula yang terjadi pada perbankan syariah dimana bank syariah terus melakukan inovasi dan pengembangan pada teknologi yang digunakan untuk memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Tujuan dikembangkannya teknologi ini adalah untuk memberikan klien layanan yang lebih cepat, nyaman, dan lebih baik. Digitalisasi produk dan layanan perbankan syariah merupakan upaya untuk membantu bank syariah dalam memberikan nilai ekstra kepada nasabah pengguna layanan perbankan syariah. Mobile banking adalah yang terbaru dari serangkaian keajaiban teknis. Meskipun ATM, telepon, dan internet merupakan saluran pengiriman yang efektif untuk produk perbankan tradisional, mobile banking, sebagai saluran

⁶¹ Ibid

⁶² Ibid

pengiriman terbaru yang didirikan oleh bank-bank di banyak negara maju dan berkembang, kemungkinan besar akan mempunyai dampak yang signifikan terhadap pasar.⁶³

Berikut manfaat menggunakan aplikasi mobile banking:

- a. Aman (Menggunakan PIN atau kode rahasia)
- b. Praktis (tidak perlu membawa dan menghitung uang tunai).
- c. Memungkinkan transaksi finansial dan non finansial diselesaikan tanpa perlu mengunjungi kantor cabang bank, melainkan melalui perangkat telepon seluler yang terkoneksi dengan internet.

Penggunaan mobile banking untuk bertransaksi kini telah menjadi tren dan gaya hidup di Asia Pasifik.⁶⁴ Masyarakat semakin beralih ke perangkat seluler untuk memenuhi kebutuhan finansial mereka, khususnya di Indonesia. Dibandingkan dengan e-banking, layanan mobile banking berkembang dengan pesat. Perkembangan ini disebabkan oleh fakta bahwa layanan mobile banking dapat menjawab permasalahan dan kebutuhan masyarakat yang terobsesi dengan mobilitas saat ini. Mobile banking dapat memberikan layanan perbankan yang nyaman di ujung jari kita hanya dengan satu ketukan.

Bank Syariah Indonesia tetap berdedikasi pada modernisasi layanan digital. Hal ini menunjukkan betapa seriusnya perusahaan BSI dalam mengembangkan saluran digital BSI Mobile dan E-Channel. Keseluruhan transaksi BSI Mobile mencapai 124,54 juta pada Desember 2021, meningkat hampir 169 persen year on year (yoy).⁶⁵ Menurut Direktur Utama BSI Hery Gunardi, perseroan akan terus mengincar kinerja yang tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Menurutnya, akselerasi digital juga menjadi salah satu kunci kemampuan BSI dalam mengikuti perubahan perilaku nasabah yang semakin dinamis, cepat, dan aman.

Kehadiran mobile banking dapat memberikan manfaat dan kemudahan bagi penggunaannya. Dengan menginstal aplikasi di ponselnya, nasabah akan dapat mengakses layanan mobile banking dengan fitur-fitur yang dikandungnya. Fasilitas elektronik yang disediakan bank dalam fitur layanan mobile banking meliputi layanan informasi (transfer rekening, saldo, lokasi cabang/ATM terdekat, dll), dan layanan

⁶³ Aijaz A Shaikh and Heikki Karjaluoto, "Mobile Banking Adoption: A Literature Review," *Telematics and Informatics* 32, no. 1 (2015): 129–42.

⁶⁴ Muhamad Danuri and Suharnawi Suharnawi, "Trend Cyber Crime Dan Teknologi Informasi Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Infokam* 13, no. 2 (2017).

⁶⁵ Finansial, diakses pada 28 September 2023, referensi <https://bit.ly/47003QL>

transaksi seperti transfer, pembayaran tagihan (air, listrik, internet, pajak, kartu kredit, zakat, asuransi, pendidikan, BPJS) serta berbagai fitur lainnya.⁶⁶

Mobile banking memberikan manfaat yang dapat dirasakan langsung oleh nasabah. Pengguna dapat merasakan manfaat dari penggunaan mobile banking, seperti penghematan waktu dan tenaga karena konsumen tidak perlu datang ke kantor bank, dan mobile banking juga memberikan layanan yang menarik. Selain itu, keuntungan yang ditawarkan antara lain akses ke bank dan layanannya yang dapat digunakan Sabah kapan saja dan dari lokasi mana saja untuk berhemat. Selanjutnya kita dapat melihat history transaksi kita dengan menggunakan mobile banking. Kita juga bisa melakukan transaksi yang aman dengan mobile banking karena kita harus memasukkan kode atau pin setiap kali menggunakannya.

Mobile banking mempunyai kegunaan utama yaitu melakukan berbagai transaksi keuangan di perbankan dengan lebih praktis, cukup menggunakan smartphone. Mobile banking merupakan layanan digital dari bank yang diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan nasabah. Keunggulan yang diberikan layanan digital adalah transaksi lebih efisien dan praktis.

Berkembangnya zaman membuat kemajuan teknologi semakin meningkat sama halnya dengan layanan dari perbankan, yang semulanya dilakukan secara langsung kini sudah hadir dengan melalui digital. Pandangan Islam mengenai mobile banking tertuang dalam Q.S al-A'la (8)

وَنُيَسِّرُكَ لِلْيُسْرَىٰ

Artinya : Dan Kami akan memudahkan anda di jalan kemudahan (mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat)

Menurut tafsir singkat Kementerian Agama Republik Indonesia yaitu “dan kami akan memberikan kemudahan bagi anda dan membimbing anda ke jalan kemudahan.⁶⁷ Kami mudahkan langkahmu menuju kemudahan, seperti menjalankan syariat islam, mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat serta mengemban risalah. Oleh karena itu, berikanlah kaummu peringatan dengan Al-Qur'an yang kami wahyukan dan mudahkan kepadamu, karena peringatan itu bermanfaat. Tugas nabi semata memberi peringatan, namun hasilnya tergantung pada kemauan individu masing-masing yang mendengar

⁶⁶ Rukma Ningrum, Sofyan Bacmid, and Abdul Jalil, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu,” *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 3, no. 1 (2021): 30–45.

⁶⁷ Tafsir Web, diakses pada 3 oktober 2023, surat al a'la, <https://tafsirweb.com/12554-surat-al-ala-ayat-8.html>

peringatan itu untuk mengikuti atau menolak. Allah berfirman bahwa memberikan kemudahan-kemudahan pada manusia supaya hidup manusia mudah.

2.4 Keputusan

Keputusan adalah kegiatan memilih suatu strategi atau tindakan dalam pemecalah masalah tersebut. Tujuan dari keputusan adalah untuk mencapai target atau aksi tertentu yang harus dilakukan. kriteria atau ciri-ciri dari keputusan adalah⁶⁸:

1. Banyak pilihan/alternatif
2. Ada kendala atau syarat
3. Mengikuti pola tingkah laku, baik itu terstruktur maupun tidak terstruktur.
4. Banyak input/variabel
5. terdapat faktor resiko
6. Membutuhkan kecepatan, ketepatan, dan keakuratan

Dari pengertian diatas dan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan merupakan kegiatan pemilihan strategi untuk memenuhi kondisi, variabel dan model yang ditentukan untuk memecahkan berbagai masalah. Menurut Schiffman, Keputusan pembelian adalah pemelihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya seseorang akan dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan.

Keputusan adalah perilaku organisasi, berintisari perilaku perorangan dan dalam gambaran proses keputusan secara relative dan bisa dikatakan sebagai tingkah laku organisasi lebih penting dari pada keinginan perorangan. Terry george mnyatakan terdapat 4 unsur dalam penurunan suatu keputusan:

1. Model: menggambarkan suatu masalah secara kualitatif.
2. Kriteria : dapat dirumuskan untuk menunjukkan tujuan dari keputusan yang aan diambil.
3. Pembatas: faktor-faktor tambahan yang harus diperhatikan dalam menyelesaikan masalah
4. Optimalisasi: menguraikan semua permasalahan lalu menentukan keputusan.

Dalam mengukur keputusan mengguakan mobile banking, variabel yang digunakan sebagai berikut⁶⁹ :

- a) Pemakain nyata

⁶⁸ M Kom Kusri and M Kom, "Konsep Dan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan," *Penerbit Andi*, 2007, 14–21.

⁶⁹ Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, vol. 1 (Jilid, 2008).

- b) Frekuensi penggunaan
- c) kepuasan penggunaan

Menurut Kotler & Armstrong keputusan menggunakan dapat diukur melalui lima indikator berikut⁷⁰:

- a) Pencarian Informasi : yaitu pendapat responden untuk mencari tahu lebih banyak mengenai M-Banking hingga akhirnya responden menggunakan produk tersebut.
- b) Pengenalan masalah : yaitu pendapat responden yang menyadari bahwa produk M-Banking sesuai dengan kebutuhannya
- c) Keputusan Pembelian : yaitu pendapat responden bahwa menggunakan produk M-Banking merupakan pilihan yang tepat
- d) Evaluasi alternatif : yaitu pendapat responden untuk mengevaluasi kelebihan dan kelemahan produk M-Banking hingga akhirnya responden menggunakan produk tersebut.
- e) Perilaku pasca pembelian : yaitu pendapat responden untuk tetap terus menggunakan produk M-Banking

Keputusan pembelian menurut Schiffman adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan⁷¹. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan.

Keputusan penggunaan merupakan suatu proses menetapkan produk atau jasa yang akan digunakan⁷². Dalam penggunaan suatu layanan akan menjadi lebih baik jika semuanya didasari dengan nilai-nilai syariah karena kita bisa merasa aman. Dalam perspektif Islam, keputusan penggunaan suatu jasa atau produk harus berbasis pada nilai-nilai syariah. Tuntunan ini antara lain seperti tertuang dalam surat Al-Baqarah ayat 168:

⁷⁰ *Ibid.*

⁷¹ Rico Saputra and Hatane Samuel, "Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia Di Sidoarjo," *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN* 1, no. 1 (2013): 1–12.

⁷² Saputra and Samuel.

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu

Tafsir Al-Muyassar / Kementerian Agama Saudi Arabia yaitu wahai manusia Makanlah dari rizki Allah yang Dia halalkan bagi kalian yang terdapat di bumi, dalam keadaan bersih dan bukan najis, yang bermanfaat dan tidak memadorotkan, dan janganlah kalian mengikuti jalan-jalan setan dalam penetapan halal dan haram, bid'ah serta maksiat-maksiat. Sesungguhnya ia adalah musuh kalian yang amat nyata permusuhannya.⁷³

Melalui ayat ini, Allah memberikan arahan kepada umatnya untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk maupun jasa harus didasarkan kepada kehalalan, kebaikan dan kebermanfaatannya. Pertimbangan dan pemikiran yang matang sangat diperlukan dalam mengambil keputusan terhindar dari hal-hal yang merugikan.

2.5 Media Sosial

New media adalah sebuah media yang memberikan penawaran digitisation, convergence, interativiy, dan development of network yang berhubungan dengan pembuatan pesan dan termasuk penyampaiannya⁷⁴. Dengan kemampuan yang dimilikinya ini memberikan kemungkinan bagi penggunanya untuk memilih informasi yang akan dilihat, dan sekaligus dapat mengontrol keluaran informasi yang didapatkan dan juga dapat melakukan pemilihan yang diinginkan. Munculnya istilah new media atau media baru adalah wujud dari istilah yang menggambarkan perbedaan karakteristik media yang berbeda dengan yang

Social media / Media sosial atau yang kita kenal juga sebagai jejaring sosial adalah bagian dari istilah tadi yaitu new media / media baru⁷⁵. Media sosial di definisikan sebagai sebuah media dalam jaringan, yang dimana penggunanya akan

⁷³ Tafsir Web, diakses pada 3 Oktober 2023, Referensi : <https://tafsirweb.com/650-surat-al-baqarah-ayat-168.html>

⁷⁴ Errika Dwi Setya Watie, "Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media)," *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2016): 69–74.

⁷⁵ *Ibid.*

merasakan mudahnya berpartisipasi, berbagi, dan dapat menciptakan isi meliputi blog, jejering sosial, wiki, forum dan juga dunia virtual. Media sosial tidak dapat disamakan dengan media massa karena didalam media sosial sangat mudah mengring opini publik yang berkembang di sekitar masyarakat.

Media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang dapat memberikan kesempatan kepada individu ataupun kelompok untuk berkumpul, berkomunikasi, dan berbagi⁷⁶. Media sosial memiliki ciri khas tersendiri yaitu dimana konetn yang dibuat oleh pengguna, bukan dibuat oleh editor seperti di instansi media massa. Dengan hadirnya media sosial yang menawarkan banyak sekali keunggulan tidak aneh jika banyak masyarakat didunia yang mengadopsinya. Dengan media sosial kita dapat melakukan komunikasi dengan mudah sejauh apapun jaraknya.

Menyatakan bahwa media sosial merupakan platform media yang dapat memfasilitasi para penggunanya dalam beraktifitas maupun berkolaborasi⁷⁷. Oleh karena itu media sosial dapat dikatakan sebagai penghubung antara penggunanya, dan media sosial disinimemiliki posisi sebagai fasilitator online yang mampu meningkatkan dan menguatkan hubungan antara pengguna dan juga menjadi penguat ikatan sosial.

Media sosial adalah salah satu media yang sangat efektif dalam kegiatan pemasaran produk. Media sosial berisikan konten informasi yang dibuat oleh penggunanya dengan memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah dalam aksesnya, dan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi kepada pengguna lainnya. Indikator social media sebagai berikut⁷⁸ :

- a) Faktor kemudahan
- b) Kepercayaan
- c) Kualitas informasi

Dalam agama islam juga memberikan perhatian yang cukup besar pada etika dalam penggunaan media sosial dalam surat Al-Hujurat ayat 12 sebagai berikut:

⁷⁶ Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi," *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika* 16, no. 2 (2016).

⁷⁷ *Ibid.*

⁷⁸ Maria Magdalena Batee, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli," *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 2, no. 2 (2019): 313–24.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ ۖ وَلَا تَجَسَّسُوا
وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا ۚ أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ ۚ
وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang.

Tafsir dari Al-Muyassar / Kementrian Agama Saudia Arabia⁷⁹ menyatakan Wahai orang-orang yang membenarkan Allah dan rasulNya serta melaksanakan SyariatNya, jauhilah banyak prasangka buruk kepada orang-orang beriman, karena sesungguhnya sebagian dari dugaan tersebut adalah dosa. Jangan mencari-cari aurat (aib) kaum Muslimin. Jangan pula sebagian dari kalian berbicara tentang sebagian yang lain di belakangnya dengan sesuatu yang dia benci. Apakah seseorang di antara kalian mau makan daging saudaranya yang sudah mati? Kalian tidak menyukai itu, maka tinggalkanlah ghibah. Takutlah kalian kepada Allah dalam perintah dan laranganNya. Sesungguhnya Allah Maha Penerima taubat hamba-hambaNya yang beriman dan Maha Penyayang terhadap mereka.

Kaitan surat Al-Hujurat ayat 12 dengan media sosial adalah pada saat ini media sosial memiliki banyak sekali manfaat positif bagi kehidupan bermasyarakat akan tetapi tidak jarang juga banyak orang yang menyalahgunakan media sosial seperti menyebarkan berita hoax, melakukan penipuan dan masih banyak yang lainnya. Maka dari itu seseorang harus dapat memanfaatkan media sosial dengan baik.

2.6 Literasi Digital

Literasi digital digambarkan sebagai kemampuan dalam memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber. Menurut Julien, Digital Literacy adalah sebuah kesadaran dan kemampuan individu dalam menggunakan alat dan juga fasilitas digital secara benar dengan mengidentifikasi, mengakses, mengelola,

⁷⁹ Tafsir Web, diakses pada 3 Oktober 2023, Referensi <https://tafsirweb.com/9782-surat-al-hujurat-ayat-12.html>

mengintegrasikan, dan mengevaluasi yang akan memberikan pengetahuan yang baru.⁸⁰ Literasi digital tidak hanya tentang hubungan keterlibatan kemampuan dalam menggunakan aplikasi atau menjalankan perangkat digital, akan tetapi literasi digital juga mengenai seperangkat keahlian, kognitif, psikomotorik, dan emosional yang digunakan individu dalam lingkungan digital.

Menurut Paul Gilster literasi digital merupakan kemampuan dalam menguasai, memanfaatkan dan menggunakan secara tepat dan dapat diakses melalui media komputer.⁸¹ Pendapat lain dikemukakan oleh Feri Sulianta, menurutnya literasi digital adalah ketrampilan dalam memanfaatkan teknologi dan informasi melalui sebuah piranti digital contohnya komputer secara efektif dan yang dimanfaatkan dalam berbagai hal, seperti pekerjaan, bidang akademik, dan kegiatan harian.⁸²

Literasi digital adalah skills seseorang dalam pemahaman, menganalisis, menilai, pengaturan serta pengevaluasi suatu informasi yang digunakan dengan alat bantu teknologi digital. Jika seseorang memiliki literasi digital, maka orang tersebut akan mengerti bagaimana cara mengoperasikan serta mengerti apa yang akan ditimbulkan. Dengan kemampuan literasi digital seseorang akan lebih mudah dalam berkomunikasi dengan orang lain, lebih efektif dan meningkatnya produktivitas pada seseorang yang mempunyai tingkat kemampuan dan keterampilan yang sama. Seseorang yang mempunyai literasi digital yang tinggi akan dapat lebih memanfaatkan teknologi, menggunakan dan memahami media digital secara benar dan tepat. Literasi digital juga dapat diartikan sebagai ketrampilan atau skills seseorang dalam mengatur informasi digital yang didapat dengan bantuan pengoperasian perangkat digital.

Konsep literasi tidaklah hanya dalam kemampuan membaca akan tetapi membaca dengan baik dan mengerti. Literasi digital sendiri meliputi penguasaan ide-ide, bukan dalam bentuk penekanan tombol. Inti dalam literasi digital sendiri adalah proses berpikir kritis dalam berhadapan dengan media digital dari pada kompetensi teknis sebagai ketrampilan, serta menekankan evaluasi kritis dari apa yang ditemukan melalui media digital. Literasi digital meliputi beberapa jenis literasi diantaranya yaitu literasi IT, literasi informasi, literasi teknologi, literasi media, dan literasi visual yang mendapatkan peran atau sangat penting dengan berkembangnya dunia digital⁸³.

⁸⁰ P Gilster, "Digital Literacy. New York: Wiley&Sons" (Inc, 1997).

⁸¹ Feri Sulianta, *Literasi Digital, Riset Dan Perkembangannya Dalam Perspektif Social Studies* (Feri Sulianta, 2020).

⁸² *Ibid.*

⁸³ Sulianta, *Literasi Digital, Riset Dan Perkembangannya Dalam Perspektif Social Studies*.

Dalam digital literasi ada beberapa hal yang bisa menjadi tolak ukur kemampuan seseorang ketika menggunakan teknologi digital, berikut adalah delapan komponen wajib ketika mengembangkan literasi digital⁸⁴:

- 1) Kultural, yaitu bagaimana beragam konteks dalam dunia digital
- 2) Kognitif, yaitu skills berfikir dalam menilai konten yang diterima
- 3) Konstruktif, yaitu kemampuan dalam membuat sesuatu
- 4) Komunikatif, yaitu kemampuan bagaimana memahami kinerja dari jejaring komunikasi didalam lingkungan digital
- 5) Rasa percaya diri dan rasa tanggung jawab
- 6) Kreatif, membuat hal baru
- 7) Kritis dalam mengkritik konten
- 8) Tanggung jawab dalam dunia social.

Pandangan islam mengenai literasi digital tertuang pada Al-Quran Surat Al-Hujurat ayat 6 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ
نُدْمِينَ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”.

Menurut Tafsir Al-Muyassar/Kementerian Agama Arab Saudi Berkata Wahai orang-orang yang membenarkan Allah dan Rasul-Nya serta menjalankan syariat-Nya, jika ada orang fasik datang kepadamu dengan membawa berita, maka periksalah terlebih dahulu sebelum membenarkan dan membacanya. agar kamu mengetahui kebenaran; jika tidak, Anda mungkin melakukan tindakan tidak adil terhadap orang yang tidak bersalah dan menyesalinya.

Kaitan ayat 6 surat al-hujurat dengan literasi digital adalah kita harus dapat menggunakan media digital dengan baik dengan cara meningkatkan kemampuan literasi digital supaya kita dapat memilah dan memilih mana yang baik dan mana yang benar dalam mengoprasionalnkan media digital.

⁸⁴ Eti Sumiati and Wijonarko Wijonarko, “Manfaat Literasi Digital Bagi Masyarakat Dan Sektor Pendidikan Pada Saat Pandemi Covid-19,” *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia* 3, no. 2 (2020): 65–80.

2.7 Persepsi Resiko

Risiko menurut Bank Indonesia (BI) adalah kemungkinan kerugian karena keadaan tertentu. Risiko dalam perbankan diartikan sebagai suatu peristiwa, baik yang diharapkan maupun tidak diharapkan, yang mempunyai dampak negatif terhadap pendapatan dan modal bank.⁸⁵ Risiko menurut Idroes adalah suatu bahaya atau potensi ancaman yang diakibatkan oleh suatu tindakan atau peristiwa yang dapat menimbulkan akibat yang tidak diinginkan.⁸⁶ Risiko dapat dicirikan sebagai alat penilaian subjektif konsumen untuk menentukan kerugian yang terkait dengan perolehan hasil yang diinginkan. Risiko adalah keadaan ketidakpastian yang dinilai konsumen saat menentukan apakah akan bertransaksi online atau tidak.

Risiko merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi penggunaan mobile banking. Sebelum melakukan pembelian, seseorang akan mencari informasi mengenai barang yang akan dibeli, menganalisisnya dari segi kualitas dan ketahanannya. Risiko, menurut POJK no. 65 Tahun 2016, adalah tingkat kerugian yang diakibatkan oleh keadaan tertentu.⁸⁷ Risiko sangat berkaitan erat dengan layanan mobile banking karena sifat dari pada penggunaan ponsel dan koneksi internet. Dalam perspektif bertransaksi mobile banking, persepsi risiko merupakan pengguna fasilitas mobile banking kemahiran teknologi yang cukup dapat menumbuhkan persepsi⁸⁸.

Bahaya umum yang dapat ditoleransi seseorang ketika menggunakan suatu sistem disebut sebagai risiko yang dirasakan. Persepsi risiko juga dapat didefinisikan sebagai perasaan subjektif seseorang mengenai ketidakpastian dan dampak negatif dari terlibat dalam suatu aktivitas.⁸⁹

Ikatan Bankir Indonesia membagi delapan jenis risiko yang harus diperhatikan dalam perbankan yaitu:⁹⁰

⁸⁵ Wareza, "Merger Bank Syariah BUMN Sedahsyat Ini Dampak Ekonominya."

⁸⁶ Ferry Novindra Idroes, *Manajemen Risiko Perbankan: Pemahaman Pendekatan 3 Pilar Kesepakatan Basel II Terkait Aplikasi Regulasi Dan Pelaksanaannya Di Indonesia* (Rajawali Pers, 2011).

⁸⁷ Mardhiyaturrositaningsih, "Financing Risk in Islamic Banking Before and During the Covid-19 Pandemic Risiko Pembiayaan Di Bank Syariah Sebelum Dan Selama Pandemi Covid-19" 6 (n.d.): 303–316.

⁸⁸ Mohamed Asmy Bin Mohd Thas Thaker et al., "Factors Influencing Consumers' Adoption of Islamic Mobile Banking Services in Malaysia: An Approach of Partial Least Squares (PLS)," *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 4 (2019): 1037–56.

⁸⁹ Heksawan Rahmadi and Deni Malik, "Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia. Com Di Jakarta Pusat," *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani* 3, no. 1 (2016): 126–45.

⁹⁰ Wareza, "Merger Bank Syariah BUMN Sedahsyat Ini Dampak Ekonominya."

- a. Risiko kredit adalah kemungkinan bahwa pihak lawan tidak akan melaksanakan kesepakatannya.
- b. Risiko perubahan harga pada kepemilikan portofolio dan rekening administratif, termasuk transaksi derivatif, disebut sebagai risiko pasar.
- c. Risiko yang terkait dengan ketidakmampuan bank untuk memenuhi tenggat waktu pembayaran yang timbul dari sumber pembiayaan arus kas superior dan aset likuid yang dapat ditunda tanpa berdampak buruk pada operasional atau keadaan keuangan bank dikenal sebagai risiko likuiditas.
- d. Risiko operasional adalah jenis risiko yang disebabkan oleh proses internal yang tidak memadai dan tidak operasional, yang mungkin timbul karena kesalahan manusia atau pelaksanaan prosedur kerja yang kurang atau tidak tepat.
- e. Risiko hukum adalah kemungkinan kecerobohan bank akan menimbulkan kesenjangan hukum dalam menangani tagihan pihak ketiga.
- f. Risiko strategis adalah risiko yang diakibatkan oleh pengambilan keputusan yang tidak dipikirkan atau dilaksanakan dengan baik.
- g. Keputusan strategis yang diambil secara tidak tepat dapat menimbulkan risiko yang disebut risiko strategis.
- h. Kegagalan bank untuk mematuhi undang-undang dan peraturan serta prosedur internal yang relevan merupakan penyebab timbulnya risiko kepatuhan.

Persepsi risiko memiliki beberapa dimensi diantaranya adalah⁹¹ :

1) Risiko Finansial

Risiko finansial adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kerugian finansial yang dialami pelanggan akibat alokasi investasi yang tidak tepat, ketidaksesuaian harga dengan produk yang dibeli, kelalaian pengadaan barang, dan potensi kegagalan produk sehingga memerlukan perbaikan.

2) Risiko Keamanan

⁹¹ Nadya Dwinna, Nadya Dwinna Putri, and Dini Lestari, "PERSEPSI MAHASISWA UINSU TENTANG BELANJA ONLINE MELALUI APLIKASI SHOPEE," *EKSYA: Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (2023): 233–42.

Salah satu pertimbangan utama yang diprioritaskan nasabah saat memanfaatkan layanan mobile banking adalah ancaman keamanan pada sistem transaksi keuangan yang menggunakan platform internet. Nasabah tentunya akan meminta jaminan keamanan kepada penyedia layanan mobile banking selama proses transaksi.

3) Resiko Produk

Resiko produk dalam sistem yang ada pada mobile banking memiliki fitur atau produk yang bisa digunakan para penggunanya sehingga memberikan rasa aman dan nyaman saat menggunakannya. Nasabah akan merasa senang jika terdapat fitur dari layanan mobile banking yang dapat memudahkan dan mudah dimengerti.

Akan selalu ada risiko dalam proses transaksi, oleh karena itu untuk membatasi risiko yang akan diperoleh sejalan dengan wahyu Allah dalam Q.S Lukman ayat 34:

إِنَّ اللَّهَ عِنْدَهُ عِلْمُ السَّاعَةِ وَيُنزِلُ الْغَيْثَ وَيَعْلَمُ مَا فِي الْأَرْحَامِ ط وَمَا تَدْرِي
نَفْسٌ مَّاذَا تَكْسِبُ غَدًا ط وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ بِأَيِّ أَرْضٍ تَمُوتُ ؕ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: Allah, hanya Dia yang mengetahui hari kiamat, dan Dialah yang menurunkan hujan dan mengetahui apa yang ada di dalam rahim. Dan tidak ada seorangpun yang dapat meramalkan (secara pasti) apa yang akan dilakukannya esok hari. Dan tidak ada yang tahu di mana dia akan mati di planet ini. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengetahui.

Seperti yang tertuang dalam penjelasan ayat di atas, tidak ada satu pun spesies di muka bumi yang dapat mengetahui secara pasti masa depan atau kapan tepatnya kematian akan merenggut mereka. Setiap tindakan yang dilakukan seseorang akan menghasilkan keuntungan atau risiko yang dideritanya. Inilah hubungan antara risiko dan keuntungan.

Kaitan surat al-lukman ayat 23 dengan persepsi risiko adalah kita sebagai manusia tidak akan mengetahui apa yang akan terjadi dikemudian hari maka dari itu kita perlu berhati-hati dalam melakukan sesuatu karena tentunya akan ada risiko yang akan menghampiri.

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Variabel	Hasil
1.	Factors Influencing Consumer Adoption of Islamic Mobile Banking in Malaysia: A Partial Least Savings (PLS) Approach	X1 : Persepsi manfaat X2 : Resiko Y : Keputusan menggunakan mobile banking	Persepsi manfaat dan resiko merupakan faktor yang memiliki nilai positif dalam mempengaruhi niat untuk megadopsi layanan mobile banking syariah diantara pengguna yang ada.
2.	An Analysis of Factor Affecting Mobile Banking Adoption Elhajjar, Samer Ouaida, Fadila (2020).	(X1)= Digital literacy (X2)= Resistance to change (X3)= Perceived risk (X4)= Perceived ease of use (X5)= Perceived usefulness (X6)= Awareness (X7)= Compatibility (Y)= Mobile banking Adoption.	Berdasarkan temuan penelitian ini, variabel X1, X2, X3, X4, dan X5 berpengaruh terhadap keputusan penggunaan mobile banking. Variabel X6 dan X7 tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan mobile banking.
3.	Consumers' Intention to Adopt m-payment/m-banking: The Role of Their Financial Skills and Digital literacy Saiful Ullah, Umar Safdar Kiani, Basharat	(X1)= Financial skills (X2)= Digital literacy (Y)= Keputusan menggunakan mobile banking.	Financial skills dan digital literacy berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking.

	Raza, Abdullah (2022)		
4.	Role of social media on mobile banking adoption among consumers Manisha Sharma, Subhojit Banerjee , Justin Paul pada tahun 2022	(X)= media sosial dan Y)= Keputusan penggunaan mobile banking	Hasil penelitian menyatakan variabel media sosial berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking
5.	Pengaruh literasi keuangan, literasi digital, dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan mobile banking bca, bni, bri	X1 : Literasi keuangan X2 : Literasi digital X3 : Kemudahan Penggunaan Y : Keputusan	Berdasarkan hasil penelitian, variabel literasi keuangan tidak berpengaruh positif, variabel literasi digital berpengaruh tidak signifikan, dan variabel kenyamanan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan mobile banking.
6.	Pengaruh Promosi Media Digital dan Word of Mouth terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking Syariah	X1 : Promosi media digital X2 : Word of Mounth Y: Keputusan	Berdasarkan temuan penelitian ini, promosi digital dan promosi dari mulut ke mulut memiliki dampak menguntungkan terhadap keputusan pelanggan. Oleh karena itu, para analis menyarankan bank syariah untuk lebih agresif dalam beriklan secara digital.
7	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi	X1 : Persepsi kemanfaatan X2: Persepsi kemudahan X3 : Persepsi resiko X4 : Persepsi kesesuaian Y: Keputusan	Berdasarkan hasil penelitian ini, faktor persepsi kemanfaatan, Persepsi kemudahan penggunaan, Persepsi resiko, dan persepsi

	Kesesuaian Terhadap keputusan menggunakan mobile banking (Studi pada nasabah bank rakyat indonesia (BRI) kantor cabang rembang, jawatengah)		kesusaisn masing-masing mempunyai pengaruh yang signifikan.
8	The Influence of Perceptions of Trust, Ease of Use, Benefits, Risk, and Service Quality on Interest in Using Mobile Banking Bank Independent In Bekasi City	X1 : Perception of trust X2 : Perception of ease of use X3: Perception of benefits X4: Perception of risk X5 : Perception of service quality Y: Adoption	Penelitian ini menyimpulkan bahwa dari 5 variabel yang digunakan pada penelitian ini memiliki pengaruh secara signifikan positif.
9	Communication Channel Influence on Mobile Banking Adoption James Corner, Huong Thi Thanh Tran (2016)	X1 :Mass Media X2 : Social Media X3 : Face to face Communication Y : Use Mobile banking	, Berdasarkan temuan, ketiga variabel tersebut dianggap memiliki pengaruh yang menguntungkan terhadap keputusan penggunaan mobile banking.
10	The Influence of Perceived Risk , Perceived of Usefulness , and Perceived Ease of Use on the use of Financial Technology	X1 : Persepsi resiko X2 : Persepsi kegunaan X3 : Persepsi kemudahan Y : Keputusan menggunakan	Berdasarkan penelitian, ketiga variabel yang digunakan mempunyai pengaruh yang menguntungkan.

2.9 Pengembangan Hipotesis

2.9.1 Pengaruh media sosial terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile

Media sosial merupakan alat atau metode yang dapat digunakan pelanggan untuk bertukar informasi dalam bentuk teks, gambar, audio dan video dengan individu dan bisnis lain, dan sebaliknya.⁹² Fenomena tersebut menunjukkan adanya pengaruh media sosial terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile.

Hubungan antara Theory of Planned Behavior (1999) Ajzen dengan pengaruh media sosial terhadap keputusan penggunaan mobile banking dapat dilihat melalui nilai-nilai yang terkandung dalam teori ini, yaitu mengacu pada sikap seseorang terhadap perilaku, yang mengacu pada tingkat di mana seseorang dapat membentuk evaluasi perilaku. yang positif dan negatif.

Berdasarkan rumusan tersebut maka hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu: Penelitian terdahulu mengenai variabel media sosial (X1) pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh M Sharma dkk menghasilkan hasil bahwa media sosial mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan mobile banking. Berdasarkan rumusan tersebut maka dapat dibangun hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu: Penelitian sebelumnya pada variabel media sosial (X1) yang dilakukan oleh M Sharma dkk menemukan bahwa media sosial mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan mobile banking. Berdasarkan rumusan tersebut maka hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

H₁ Terdapat pengaruh media sosial terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile.

2.9.2 Pengaruh literasi digital terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile

Kapasitas untuk mengumpulkan, meneliti, menilai, dan mengatur data yang diperoleh melalui sarana digital dikenal sebagai literasi digital.⁹³ Logika para peneliti menunjukkan bahwa penilaian masyarakat terhadap penggunaan layanan dipengaruhi oleh literasi digital, mengingat Indonesia merupakan salah satu negara di Asia Tenggara dengan perekonomian terbesar dan tingkat literasi digital yang terus meningkat di negara ini. Hal ini juga mempengaruhi pilihan masyarakat mengenai tindakan apa yang harus dilakukan pada suatu layanan.

⁹² Batee, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli."

⁹³ Afdalia, Nadhira, "Theory of Planned Behavior Dan Readiness for Change Dalam Memprediksi Niat Implementasi Peraturan."

Dengan menggunakan nilai-nilai dalam teori ini, khususnya kontrol perilaku yang dirasakan, Teori Perilaku Terencana Ajzen (1991) dan faktor-faktor yang terkait dengan literasi digital dapat diperiksa hubungannya dengan keputusan untuk memanfaatkan mobile banking.

S Elhajar dkk. menemukan bahwa variabel literasi digital (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan menggunakan mobile banking pada penelitian sebelumnya. Berdasarkan rumusan tersebut maka dikembangkan hipotesis kedua dalam penelitian ini, yaitu:

H₂ Ada Pengaruh literasi digital terhadap Keputusan menggunakan BSI Mobile

2.9.3 Pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile

Penelitian sebelumnya oleh S Elhajar dkk. menunjukkan bahwa keputusan penggunaan mobile banking dipengaruhi secara positif oleh variabel literasi digital (X1). Rumusan tersebut menjadi landasan berkembangnya ide penelitian yang kedua yaitu H₂. Literasi digital berdampak pada dipilih atau tidaknya seseorang untuk memanfaatkan BSI Mobile. Perceived risk, menurut Schiffman dan Kanuk, adalah ketidakpastian yang dialami seseorang ketika mereka tidak menyadari dampak dari pilihan yang mereka ambil.⁹⁴

Hubungan antara Theory of Planned Behavior dari Ajzen (1991) dengan variabel persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan mobile banking dapat diamati melalui persepsi individu terhadap kontrol.

Studi sebelumnya oleh Mohd Thas Thaker dkk. pada variabel persepsi risiko (X2) menunjukkan bahwa persepsi risiko mempengaruhi keputusan mobile banking secara positif. Rumusan ini mengarah pada hipotesis penelitian ketiga, yaitu:

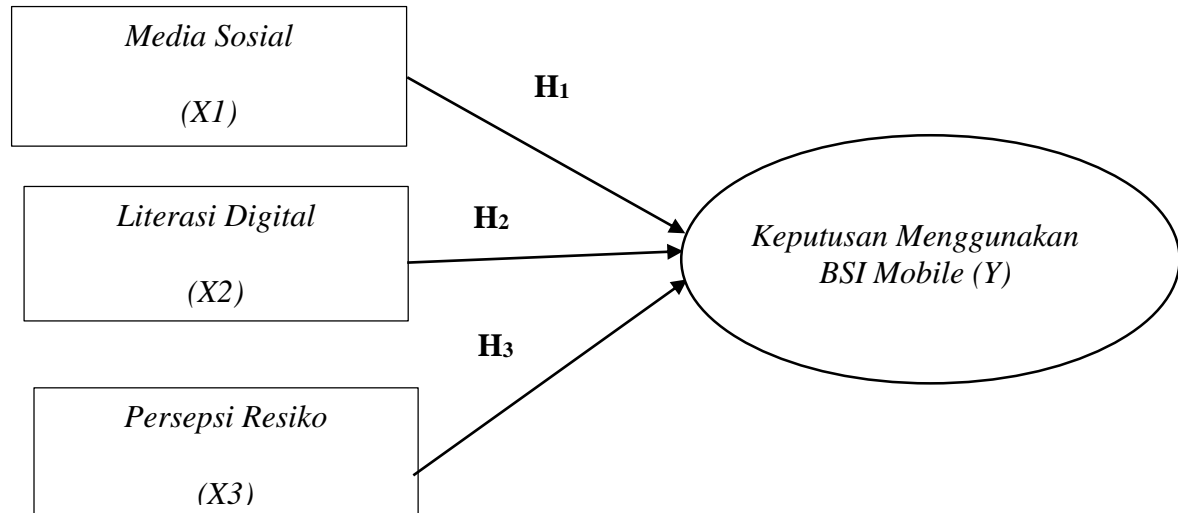
H₃ Terdapat pengaruh persepsi risiko terhadap Keputusan menggunakan BSI Mobile

2.10 Kerangka Pemikiran

Beberapa alasan berkontribusi terhadap peningkatan dalam keputusan para nasabah yang memilih menggunakan BSI Mobile. Penelitian ini adalah untuk

⁹⁴ Hana Zahra Salsabila, Susanto Susanto, and Lusya Tria Hatmanti Hutami, "Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee," *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 9, no. 1 (2021): 87–96.

menjelaskan bagaimana dampak media sosial, literasi digital, dan Cara nasabah memandang persepsi risiko mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan BSI Mobile. Kerangka konseptual peneliti sebagai berikut sebagai akibat dari hal tersebut:



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Data Penelitian

Salah satu dari dua pendekatan yang biasanya digunakan untuk melakukan penelitian data: metode penelitian kualitatif atau metode penelitian kuantitatif. Metodologi penelitian yang didasarkan pada filosofi postpositivis dikenal sebagai metodologi penelitian kualitatif. digunakan untuk menyelidiki keadaan benda alam, peneliti berfungsi sebagai instrumen utama. Analisis data kualitatif atau induktif dilakukan, teknik triangulasi digunakan untuk pengumpulan data, dan hasilnya lebih menekankan makna daripada generalisasi. Di sisi lain, teknik penelitian kuantitatif berbasis positivis digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Instrumen penelitian digunakan pada tahap pengumpulan data, sedangkan metode kuantitatif atau statistik digunakan dalam pengolahan datanya.⁹⁵

Penelitian kuantitatif mengacu pada penelitian yang dilakukan dengan cara yang ketat dan ilmiah; catatan tersebut berkaitan dengan subjek, hubungan, dan fenomena yang diselidiki.⁹⁶ Penelitian ini bertujuan untuk menjawab dan memvalidasi konsep dan teori yang dibahas pada bab sebelumnya melalui pemanfaatan kondisi lapangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai bagaimana persepsi risiko penggunaan BSI Mobile, media sosial, dan literasi digital berhubungan satu sama lain.

3.2 Sumber Penelitian

3.2.1 Sumber Primer

Data primer adalah rincian yang dikumpulkan langsung dari partisipan di lokasi penelitian. Data primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung dari responden yang dijadikan sebagai sumber aslinya, menurut Husein Umar. Fakta dan data yang dikumpulkan disajikan sebagai pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner.⁹⁷ Kuesioner berbentuk google form yang diisi oleh responden HIMA Jurusan Perbankan Syariah PTKIN di Jawa Tengah, sebagai berikut : UIN K.H Abdurahman Wahid Pekalongan, UIN Walisongo Semarang, IAIN Sunan Kudus, UIN Salatiga, UIN Surakarta, dan UIN Purwokerto.

3.2.2 Sumber Sekunder

Data sekunder memperoleh data atau informasi dari sumber selain sumber aslinya guna menyelesaikan permasalahan yang diteliti. Data sekunder yang digunakan oleh peneliti umum diolah lebih lanjut. Berdasarkan tinjauan pustaka, data

⁹⁵ Dr Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D," 2013.

⁹⁶ *Ibid.*

⁹⁷ Husein Umar, "Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis," 2013.

sekunder telah diteliti dan diserahkan oleh pengumpul data asli atau pihak lain. Informasi ini dikumpulkan dari banyak situs web, publikasi, dan jurnal terkait penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan item yang akan digunakan. Populasi adalah suatu wilayah yang mempunyai karakteristik tertentu yang dapat dipelajari dan ditarik kesimpulan⁹⁸. Populasi pada penelitian ini adalah Himpunan Mahasiswa jurusan Perbankan Syariah PTKIN Jawa Tengah yang merupakan pengguna BSI Mobile.

Himpunan mahasiswa merupakan organisasi mahasiswa tingkat jurusan yang ada didalam kampus yang memiliki tujuan untuk mengembangkan minat dan bakat mahasiswa dibidang akademik maupun non akademik. Kegiatan HIMA memiliki konteks yang berkaitan dengan keilmuan, penalaran, pengembangan bakat, dan profesionalisme mahasiswa sebelum terjun dilingkungan masyarakat. Berikut tabel populasi HIMA PTKIN se Jawa Tengah:

TABEL 3.1 POPULASI HIMA PERBANKAN SYARIAH PTKIN JAWA TENGAH

No	HIMA	Jumlah
1	UIN K.H Abdurahman Wahid Pekalongan	25
2	UIN Walisongo Semarang	30
3	IAIN Sunan Kudus	25
4	UIN Salatiga	30
5	UIN Surakarta	23
6	UIN Purwokerto	23
Total		156

⁹⁸ D Sugiyono, "Statistika Untuk Penelitian (Edisi 15)," Bandung: Alfabeta, 2009.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan jumlah maupun karakteristik yang dimiliki oleh populasi, dan sampel ini dapat mewakili dari populasi yang sudah ditentukan⁹⁹. Ketika peneliti memiliki keterbatasan maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut, namun terdapat syarat yaitu sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi tersebut¹⁰⁰. Purposive sampling adalah salah satu cara dalam penentuan sampel dengan memperhatikan faktor-faktor tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menyajikan banyak kriteria sampel, yaitu sebagai berikut:

1. Tergabung dalam Himpunan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah (HIMA)
2. Pengguna BSI Mobile

Rumus Slovin akan digunakan untuk menentukan besar sampel penelitian ini. Sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel minimal

N = Populasi

e = error margin

Tingkat kesalahan sebesar 5% dan 156 Mahasiswa PTKIN Perbankan Syariah se-Jawa Tengah yang tergabung dalam Himpunan Mahasiswa Perbankan Syariah mampu mewakili populasi dalam penelitian ini, maka rumus penetapan besar sampelnya adalah:

$$n = \frac{156}{1 + 156 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{156}{1 + 156 (0,0025)}$$

$$n = \frac{156}{1,8}$$

$$n = 112,23$$

⁹⁹ Ibid

¹⁰⁰ Ratno Agriyanto, "Redefining Objective of Islamic Banking; Stakeholders Perspective in Indonesia," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 6, no. 2 (2015): 77–90.

$n = 112$ Sampel

Dari hasil perhitungan diatas, maka peneliti mengumpulkan sampel dengan jumlah 112 responden.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang tepat untuk penyelidikan ini, penulis menggunakan teknik kuesioner. Kuesioner merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang di dalamnya dilakukan pertanyaan dan jawaban diberikan oleh narasumber. Kuesioner yang disebar berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai permasalahan yang berkaitan dengan objek penelitian. Kuesioner khusus ini dipilih karena peneliti percaya bahwa dengan mendorong partisipan untuk memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang dirinya, maka partisipan menjadi lebih dapat diandalkan. Responden adalah mahasiswa UIN yang mendaftar pada program studi perbankan syariah dari UIN Salatiga, UIN Surakarta, UIN Purwokerto, UIN Walisongo Semarang, IAIN Sunan Kudus, dan K.H. Abdurahman Wahid Pekalongan berpartisipasi dalam penelitian ini.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2 Indikator Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala	Sumber
1	Keputusan penggunaan	Keputusan adalah kegiatan yang mencakup pemilihan atau penentuan suatu tindakan untuk menyelesaikan suatu permasalahan.	a) Pengumpulan Informasi b) Pilihan pembelian c) Pertimbangkan pilihan d) Perilaku pasca pembelian ¹⁰¹	Likert	Kotler P. dan G. Armstrong.
2	Media sosial	Media sosial merupakan sarana berbagi	a) Faktor kemudahan ¹⁰² b) kepercayaan	Likert	M. Sharma, S.

¹⁰¹ Kotler and Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.

¹⁰² Susan Gunelius, *Content Marketing for Dummies* (John Wiley & Sons, 2011).

		informasi kepada orang lain dalam bentuk teks, foto, audio, dan video.	c) Keakuratan Informasi ¹⁰³ d) Konten Kreatif		Banarjee, J. Paul
3	Literasi digital	Literasi digital didefinisikan sebagai kapasitas seseorang untuk memahami, menganalisis, menilai, mengatur, dan mengevaluasi informasi yang diperoleh melalui penggunaan teknologi digital.	a) Literasi data dan informasi, b) kolaborasi dan komunikasi, c) keamanan, dan d) keterampilan teknologi ¹⁰⁴	Likert	Saif Ullah et al.
4	Persepsi resiko	Persepsi resiko merupakan sebuah persepsi atau pandangan seseorang tentang ketidakpastian dan konsekuensi negatif dalam melaksanakan sesuatu.	a) Adanya resiko tertentu b) mengalami kerugian c) Pemikiran bahwa resiko ¹⁰⁵	Likert	U. Nazirah

¹⁰³ Sharma, Banerjee, and Paul, "Role of Social Media on Mobile Banking Adoption among Consumers."

¹⁰⁴ Saif Ullah et al., "Consumers' Intention to Adopt m-Payment/m-Banking: The Role of Their Financial Skills and Digital Literacy," *Frontiers in Psychology* 13 (April 29, 2022), <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.873708>.

¹⁰⁵ Ulfa Nazirah, "Pengaruh Ketersediaan Fitur Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ulee Kareng" (UIN Ar-Raniry, 2022).

3.6 Skala Penelitian

Untuk mengukur variabel dalam penelitian diperlukan indikator penelitian. Tiga faktor independen dan satu variabel dependen digunakan dalam penyelidikan ini. Keputusan yang diambil mahasiswa perbankan syariah PTKIN Jawa Tengah termasuk dalam variabel dependen. Sedangkan media sosial, literasi komputer, dan persepsi risiko merupakan variabel independen. Kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan dari artikel penelitian sebelumnya adalah instrumen yang digunakan dalam penyelidikan ini. Dalam penelitian ini variabel diukur menggunakan interval (skala likert) Artinya, untuk setiap pertanyaan akan diberikan skor dengan bobot 1 sampai 5. Dengan diketahuinya angka 1 menunjukkan ketidaksetujuan yang signifikan dan nilai 5 menunjukkan sangat setuju.

Sangat tidak setuju (1) (2) (3) (4) (5) Sangat setuju.

Setiap pertanyaan diberi bobot sebagai berikut:

1. Sangat Setuju :5
2. Setuju : 4
3. Netral : 3
4. Tidak Setuju : 2
5. Sangat Tidak Setuju : 1

Variabel	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
<i>Media Sosial (X1)</i>	Saya merasa media sosial BSI memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti					
	Media sosial adalah cara yang lebih cepat dan lebih murah untuk mempelajari produk dan layanan baru.					
	Saya memanfaatkan media sosial untuk berbagi pemikiran saya tentang pengalaman menggunakan BSI Mobile.					

	. Informasi dari platform media sosial yang mendukung penggunaan BSI Mobile sangat bermanfaat.					
	Nilai-nilai platform media sosial inilah yang mendorong BSI Mobile.					
	Saya kira saya tertarik dengan iklan BSI Mobile.					
<i>Literasi Digital</i> (X2)	Saya mampu menggunakan teknologi informasi dan komunikasi online.					
	Saya memiliki akses ke dunia digital.					
	Saya mampu berkomunikasi menggunakan teknologi yang fokus pada media digital.					
	Di dunia digital, informasi bisa saya peroleh.					
	. Saya dapat memberikan kontribusi dalam hal informasi di dunia digital.					
	Terkait media digital, saya dapat memastikan keamanannya					
<i>Persepsi Resiko</i> (X3)	Saya merasa ada bahaya tertentu yang terkait dengan penggunaan BSI Mobile.					
	Menurut saya menggunakan BSI Mobile memiliki resiko yang besar					
	. Saya merasa keamanan di BSI Mobile kurang memadai.					
	Saya menemukan banyak kebingungan saat menggunakan BSI Mobile.					

<i>Keputusan Menggunakan (Y)</i>	Saya memilih BSI Mobile karena menawarkan keamanan kepada penggunanya					
	Layanan yang disediakan BSI Mobile mudah diakses, itulah sebabnya saya memilihnya.					
	Untuk memperoleh informasi (saldo rekening, detail transaksi terkini, dan fitur-fitur menarik), saya memutuskan menggunakan BSI Mobile.					
	saya memutuskan menggunakan Karena layanan BSI Mobile bisa diandalkan.					
	. Saya berencana untuk memilih menggunakan layanan BSI Mobile di masa mendatang.					

3.7 Teknik Analisa Data

Analisis kuantitatif dapat digunakan dalam penelitian untuk melakukan analisis, menghitung data, dan menjelaskan item yang dinyatakan secara numerik. Perhitungannya menggunakan statistik yang dibantu dengan penggunaan aplikasi pengolah data khususnya SPSS sehingga menghasilkan data yang benar dengan menggunakan metode yang digunakan. Statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis data. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap alat tersebut. Uji linearitas berganda, heterogenitas, dan normalitas merupakan uji hipotesis klasik yang paling umum digunakan. Uji koefisien determinasi (R^2), uji simultan (uji statistik F), dan uji koefisien tunggal (uji statistik) akan digunakan untuk menguji hipotesis.¹⁰⁶

¹⁰⁶ Pradini and Susanti, "Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bca, Bni, Bri."

3.3.3 Uji Instrumen

Pengujian dilakukan guna melakukan analisis sistematis terhadap data yang dianalisis. Tujuan analisis data adalah untuk mengekstrak informasi dari data. Dengan mengingat hal ini, analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Uji validitas

Dalam penelitian ini uji validitas digunakan untuk menunjukkan bahwa pengamatan peneliti sesuai dengan kondisi lapangan.¹⁰⁷ Kesesuaian item kuesioner yang diberikan juga dinilai dengan menggunakan tes ini. Semua objek dapat digunakan jika sesuai. Jika r hitung $>$ r tabel dan nilai signifikansi (α) = 0,05 maka instrumen dianggap valid.

b. Uji Realibitas

Memanfaatkan uji reliabilitas, kuesioner yang berfungsi sebagai indikator variabel dihitung. Sebuah kuesioner dianggap dapat diandalkan jika menunjukkan stabilitas dan konsistensi sepanjang waktu.¹⁰⁸ Pengujian reliabilitas mempertimbangkan elemen-elemen berikut:

1. Jika nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60 menunjukkan bahwa kuesioner tersebut dianggap reliabel atau konsisten.
2. Jika nilai Cronbach's Alpha yang kurang dari 0,60 menunjukkan bahwa kuesioner tersebut tidak akurat atau tidak konsisten.

3.8 Uji Asumsi Klasik

Penelitian menggunakan pengujian hipotesis klasik untuk mengetahui kelayakan model yang digunakan.

3.8.1 Uji Normalitas Data

Pengujian ini menentukan normal atau tidaknya data yang dianalisis. Biasanya, uji normalitas data digunakan untuk tujuan ini. Dapat disimpulkan bahwa pengujian ini bermanfaat untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu variabel berdasarkan fungsi uji normalitas data.

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Dalam model regresi linier multivariat, uji multikolinearitas digunakan untuk mengevaluasi kekuatan korelasi antara ada dan tidaknya variabel

¹⁰⁷ Sugiyono, "Statistika Untuk Penelitian (Edisi 15)."

¹⁰⁸ *Ibid.*

independen. Uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan Variance Inflation Factor (VIF). Cara Ghazali dalam menentukan multikolinearitas dalam suatu model regresi adalah sebagai berikut:¹⁰⁹

- a. Nilai *Variable Inflation Factor* (VIF) ≤ 10 menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki multikolinearitas.
- b. Jika nilai tolerance ≥ 10 maka model regresi dianggap bebas multikolinearitas.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Dengan menggunakan uji heteroskedastisitas, model regresi observasi tunggal untuk ketidaksetaraan varians residual disajikan dan diuji. Jika tidak terdapat bukti heteroskedastisitas maka model regresi dianggap baik. Terdapat berbagai pola yang menunjukkan heteroskedastisitas, salah satunya adalah grafik scatterplot. Suatu data dikatakan heteroskedastis apabila titik-titik yang dikumpulkan menunjukkan pola teratur tertentu. Demikian pula, jika tidak menghasilkan pola yang teratur dan titik-titik yang dihasilkan pada sumbu Y terdistribusi di atas dan di bawah nol, maka dianggap non-heteroskedastis. Jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka model regresi dianggap heteroskedastis; jika lebih besar dari 0,05, penelitian lebih lanjut dapat dilakukan.¹¹⁰

3.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Statistik yang disebut koefisien determinasi digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik suatu model memperhitungkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1. Suatu model regresi dikatakan baik jika nilai koefisiennya mendekati satu, yang menunjukkan bahwa hampir semua komponen dapat memperhitungkan varians variabel independen.¹¹¹ Besarnya pengaruh variabel independen media sosial, literasi digital, dan persepsi risiko terhadap variabel dependen keputusan penggunaan BSI Mobile dapat dipastikan melalui uji koefisien determinasi.

¹⁰⁹ Umar, "Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis."

¹¹⁰ *Ibid.*

¹¹¹ Mudrajat Kuncoro, "Metode Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi," *Yogyakarta: UPP-AMP YKPN*, 2001.

3.10 Uji Stimulan (F)

Tujuan pengujian ini adalah untuk menunjukkan bagaimana setiap variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Berikut kriteria uji F: berdasarkan nilai Sig. Temuan menunjukkan bahwa:¹¹²

- a. Hipotesis diterima jika nilai Sig. $< 0,05$.
- b. Hipotesis ditolak jika nilai Sig. $> 0,05$.

Berdasarkan membandingkan F hitung dan F tabel ditentukan dengan:

- a. Hipotesis diterima jika nilai F hitung $> F$ tabel.
- b. Hipotesis ditolak apabila nilai F hitung $< F$ tabel.¹¹³

3.11 Uji Parsial (t)

Uji t atau parsial merupakan proses uji parametrik. Uji-t merupakan alat statistik yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen dapat menjelaskan varians variabel dependen.¹¹⁴

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah seluruh faktor independen dapat memberikan pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen dan seberapa sering hasil pencarian terjadi secara acak. Untuk mengetahui apakah media sosial (X1), literasi digital (X2), dan persepsi risiko (X3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap pilihan penggunaan BSI Mobile (Y), data dilakukan uji t.

¹¹² Kuncoro.

¹¹³ Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23," 2016.

¹¹⁴ Kuncoro, "Metode Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi."

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia, atau BSI, adalah bank Indonesia yang mengkhususkan diri pada perbankan syariah. Ditetapkan oleh Bank Syariah Indonesia pada tanggal 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. BSI dibentuk melalui penggabungan tiga bank syariah: Bank Syariah Mandiri, Bank BNI Syariah, dan BRI Syariah. Kemudian, Bank Syariah Indonesia membentuk Himpunan Bank-Bank Milik Negara (HIMBARA), dengan Bank Mandiri sebagai pemegang saham mayoritas. Merger dan aktivitas korporasi berupaya memberikan layanan yang lebih baik, memiliki jangkauan yang lebih luas, dan meningkatkan modal. Bank Syariah Indonesia mampu tampil percaya diri bersaing di kancah global berkat dukungan induk perusahaan (Mandiri, BNI, dan BRI) serta dedikasi pemerintah dalam membangun pilar-pilar baru kekuatan perekonomian nasional dan membantu negara Indonesia sebagai negara global. pusat kegiatan ekonomi dan keuangan syariah.

4.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Tujuan Bank Syariah Indonesia adalah menjadi salah satu dari sepuluh bank syariah terbaik secara global. Untuk mencapai tujuan tersebut, Bank Syariah Indonesia telah menetapkan rencana aksi lima tahun. Berikut misi Bank Syariah Indonesia:

1. Menyediakan solusi keuangan syariah di Indonesia. Dengan lebih dari 20 juta klien yang dilayani, bank ini bertujuan untuk menduduki peringkat 5 teratas dalam hal aset yang dimiliki pada tahun 2025, dengan nilai buku 500+T dan 50T.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi pemegang saham. 5 perusahaan tubing paling menguntungkan di Indonesia ini memiliki ROE 18% dan valuasi yang kuat (PB>2).
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan bagi talenta-talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai-nilai kuat yang memberdayakan masyarakat dan berkomitmen terhadap pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kerja.

4.1.3 BSI Mobile

Layanan mobile banking ini berupaya membuat transaksi keuangan di BSI menjadi lebih nyaman dengan memanfaatkan smartphone nasabah. BSI Mobile memberikan

efisiensi dan kemudahan dalam penggunaannya; berikut fitur-fitur yang dapat diakses pada layanan BSI Mobile:

Gambar 4.1 BSI Mobile



Sumber: BSI Mobile

Gambar ini menggambarkan keunggulan BSI Mobile yang mencakup fitur-fitur bermanfaat seperti berikut:

No	Fitur	Manfaat
1	Informasi Rekening	untuk mengakses seluruh informasi di akun BSI Mobile Anda. Berisi informasi saldo yang digunakan untuk menentukan saldo pada rekening, daftar transfer yang digunakan untuk menentukan saldo pada rekening, informasi portofolio, daftar jadwal transaksi, registrasi notifikasi, dan registrasi e-statement yang digunakan untuk melaporkan semua informasi akun melalui email setiap bulan.
2	Transfer	Untuk memudahkan nasabah dalam mengirim uang. Saat ini didalam fitur ini pula sudah menggunakan BI Fast dan dapat menggunakan QRIS.
3	Bayar	Pelanggan dapat dengan mudah melakukan pembayaran. PLN Pascabayar, PLN Non Taglist, Telepon, Akademik, Keagenan, Tiket, Asuransi, Internet/TV Kabel, e-Commerce, ZISWAF Sharing, BPJS. Haji dan Umrah, Penerimaan Negara, PDAM, Samsat Digital Nasional, Multi Payment, Perusahaan Gas Negara, Kartu Hasanah, Halal Indonesia, dan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) termasuk pembayaran yang bisa diakses.

4	Beli	Pelanggan dapat membeli Voucher HP, PLN Prabayar, E-Money, Paket Data, Isi Ulang, Streaming video dan musik, Aqiqah, SBN, kartu debit OTP, dan Voucher Google Play menggunakan fungsi ini. Pelanggan akan menghargai opsi ini karena memungkinkan mereka membeli dengan cepat.
5	Layanan Islami	Pelanggan dapat melakukan pembelian Voucher HP, PLN Prabayar, E-Money, Paket Data, Isi Ulang, Streaming video dan musik, Aqiqah, SBN, kartu debit OTP, dan Voucher Google Play menggunakan fungsi ini.
6	Berbagi Ziswaf	Nasabah dapat melakukan pembayaran zakat melalui beberapa lembaga yang sudah terdaftar di Aplikasi ini.
7	Emas	Emas adalah layanan yang memungkinkan pelanggan untuk membeli, menjual, mentransfer, dan menarik emas fisik.
8	Favorit	Bank Syariah Indonesia memahami bahwa waktu Anda sangat berharga. Oleh karena itu, jika Anda termasuk orang yang sering melakukan transaksi rutin, Anda bisa memanfaatkan fitur ini untuk memperlancar berbagai transaksi yang sering Anda selesaikan, seperti transfer, pembayaran, pembelian, Ziswaf, dll.
9	Tarik Tunai	Bank syariah indonesia menyiapkan fitur tarik tunai yang digunakan untuk nasabahnya ketika ingin menarik uang tanpa perlu kartu ATM. Nasabah dapat menarik uang mulai dari 100.000 hingga 500.000 perharinya.
10	Buka Rekening	Aplikasi BSI Mobile memudahkan pengguna dalam membuka rekening Tabungan Haji Indonesia, Tabungan Mudharabah Mudah, Wadiah Mudah, AutoSave, dan Deposito.
11	Top Up E-Wallet	sebuah layanan yang memungkinkan pengguna menambahkan uang ke dompet elektronik mereka. e-money, Linkaja, GoPay, OVO, Shopeepay, Dana, Pospay, dan lain-lain
12	E-Commerce	Pelanggan mungkin dapat menggunakan fitur ini untuk membayar barang dan jasa melalui situs e-commerce antara lain Shopee, Tokopedia, Doku, Bhinneka, dan BliBli.

4.2 Analisis Deskripsi Responden

Karakteristik masing-masing responden yang akan digunakan dalam analisis penelitian diuraikan secara mendalam dalam uraian responden ini. Faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini antara lain adalah jenis kelamin, tempat pendidikan, dan tingkat penggunaan BSI Mobile. Terdapat 112 partisipan yang menjadi sampel penelitian pada penelitian ini. Mahasiswa perbankan syariah PTKIN di Jawa Tengah diberikan kuesioner untuk diisi guna mengumpulkan temuan penelitian. Kuesioner ini dikirimkan pada hari Kamis tanggal 9 November 2023 sampai dengan hari Senin tanggal 20 November 2023 dan data langsung diolah menggunakan aplikasi SPSS 25 oleh peneliti.

a. Jenis Kelamin

Terdapat dua jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan. Berdasarkan temuan data maka didapat:

Tabel 4.1 Responden Jenis Kelamin

		JENIS KELAMIN			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Laki-laki	46	41.1	41.1	41.1
	Perempuan	66	58.9	58.9	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

Sumber : Data primer diolah pada tahun 2023.

Dari data di atas, responden berjumlah 112 orang, dengan mayoritas responden adalah perempuan 66 orang atau 58,9%. Sedangkan 41,1% responden adalah laki-laki.

b. Asal Universitas

Berdasarkan pengelompokan Mahasiswa berdasarkan asal universitasnya, Jawa Tengah ada enam PTKIN yaitu UIN Semarang, UIN Surakarta, UIN Pekalongan, UIN Salatiga, UIN Purwokerto, dan IAIN Kudus. Berikut merupakan Jumlah responden dari masing-masing universitas:

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Asal Universitas

		UNIVERSITAS			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	UIN SEMARANG	28	25.0	25.0	25.0
	UIN SURAKARTA	16	14.3	14.3	39.3
	UIN PEKALONGAN	16	14.3	14.3	53.6
	UIN SALATIGA	18	16.1	16.1	69.6
	UIN PURWOKERTO	24	21.4	21.4	91.1
	IAIN KUDUS	10	8.9	8.9	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Menurut tabel 4.2, terdapat 112 responden mahasiswa yang masing masing tersebar di 6 PTKIN di Jawa tengah. Diketahui responden terbanyak ada pada UIN Semarang dengan jumlah 28 responden atau 25.0%, kemudian yang kedua terdapat pada UIN Purwokerto sebanyak 24 responden atau 21.4%, Setelah itu diikuti oleh UIN Salatiga dengan responden sebanyak 18 orang atau 16.1%, Kemudian pada UIN Surakarta dan UIN Pekalongan memiliki responden yang sama masing masing 16 responden atau 14.3% dan yang terakhir terdapat pada IAIN Kudus dengan jumlah responden sebanyak 10 mahasiswa atau 8.9%.

c. Intensitas Penggunaan BSI Mobile

Karakteristik selanjutnya dikelompokan berdasarkan intensitas penggunaan BSI Mobile pada Mahasiswa Perbankan Syariah se-Jawa Tengah. Intensitas responden menggunakan BSI Mobile disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan BSI Mobile

		INTENSITAS PENGGUNAAN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<5 KALI	63	56.3	56.3	56.3
	6-10 KALI	41	36.6	36.6	92.9
	> 11 KALI	8	7.1	7.1	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah

Hasil dari tabel 4.3 menunjukkan tingkat intensitas pengguna BSI Mobile tertinggi sebesar 56.3% yaitu <5 kali dalam jangka waktu satu bulan kemudian

penggunaan anatar 6 – 10 kali memiliki presentase sebesar 36.6% dalam jangka waktu satu bulan,selanjutnya >11 kali penggunaan selama satu bulan dengan hasil presentase sebesar 7.1 %.

d. Analisis Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif variabel dilakukan untuk melihat gambaran data secara umum seperti rata-rata (mean), tertinggi (max), terendah (min), dan standar devisiasi dari masing-masing variabel yaitu media sosial (X1), literasi digital (X2), persepsi resiko (X3), dan keputusan (Y).

Tabel 4.4 Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TOTAL_X1	112	6	30	21.97	5.870
TOTAL_X2	112	6	30	22.95	5.888
TOTAL_X3	112	4	20	14.39	3.343
TOTAL_Y	112	5	25	18.96	5.053
Valid N (listwise)	112				

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan hasil uji deskriptif diatas, dapat dinyatakan distribusi data yang didapat oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat 112 responden dengan 6 item kuesioner dan masing-masing dari item terdapat lima kriteria penskoran skala likert. Variabel media sosial (X1) mendapatkan jumlah maksimum 30 yang berarti terdapat responden yang sangat mengandalkan media sosial sebagai keputusan menggunakan BSI Mobile. Pada nilai minimum 6 yang berarti terdapat responden yang kurang mengandalkan media sosial sebagai keputusan menggunakan BSI Mobile. Pada nilai rata-rata (mean) sebesar 21,97 yang artinya responden cenderung mengandalkan media sosial sebagai keputusan menggunakan BSI Mobile. Kemudian Standar devisiasi memiliki nilai 5,870 yang menunjukkan bahwa lebih kecil dari nilai mean 21,97 maka hasil responden tidak bervariasi yang artinya responden cenderung mengandalkan media sosial sebagai keputusan menggunakan BSI Mobile.
2. Berdasarkan uji diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat 112 responden dengan 6 item kuesioner dan masing-masing dari item terdapat lima kriteria penskoran skala likert. Variabel literasi digital (X2) mendapatkan jumlah maksimum 30 yang berarti terdapat responden memiliki literasi digital yang baik dan menggunakannya sebagai keputusan menggunakan BSI Mobile. Pada nilai minimum 6 yang berarti terdapat responden yang

memiliki tingkat literasi digital yang kurang baik. Pada nilai rata-rata (mean) sebesar 22,95 yang artinya responden cenderung memiliki tingkat literasi digital yang baik dan menggunakannya sebagai keputusan menggunakan BSI Mobile. Kemudian Standar deviasi memiliki nilai 5,888 yang menunjukkan bahwa lebih kecil dari nilai mean 22,95 maka hasil responden tidak bervariasi yang artinya responden cenderung memiliki literasi digital yang baik dan mengandalkan literasi digital sebagai keputusan menggunakan BSI Mobile.

3. Berdasarkan uji di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat 112 responden dengan 4 item kuesioner dan masing-masing dari item terdapat lima kriteria penskoran skala likert. Variabel persepsi resiko (X3) mendapatkan jumlah maksimum 20 yang berarti terdapat responden yang mempertimbangkan persepsi resiko untuk mengambil keputusan menggunakan BSI Mobile. Pada nilai minimum 4 yang berarti terdapat responden yang kurang mengandalkan persepsi resiko sebagai keputusan menggunakan BSI Mobile. Kemudian Standar deviasi memiliki nilai 3,343 yang menunjukkan bahwa lebih kecil dari nilai mean 14,39 maka hasil responden tidak bervariasi yang artinya responden cenderung kurang mengandalkan persepsi resiko sebagai keputusan menggunakan BSI Mobile.
4. Berdasarkan uji di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat 112 responden dengan 5 item kuesioner dan masing-masing dari item terdapat lima kriteria penskoran skala likert. Variabel keputusan (Y) mendapatkan jumlah maksimum 25 yang berarti terdapat responden yang sangat memperhatikan keputusan menggunakan BSI Mobile. Pada nilai minimum 5 yang berarti terdapat responden yang kurang memperhatikan keputusan menggunakan BSI Mobile. Pada nilai rata-rata (mean) sebesar 18,96 yang artinya responden cenderung memperhatikan keputusan menggunakan BSI Mobile. Kemudian Standar deviasi memiliki nilai 5,503 yang menunjukkan bahwa lebih kecil dari nilai mean 18,96 maka hasil responden tidak bervariasi yang artinya responden cenderung memperhatikan keputusan dalam menggunakan BSI Mobile.

4.3 Teknik Analisa Data

4.3.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dapat digunakan untuk mengetahui kegunaan setiap pertanyaan yang menggambarkan suatu variabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel (0,176) dan nilai r positif maka pertanyaan tersebut valid. Program SPSS versi 25 digunakan

dalam penelitian ini untuk mengelola data pada tingkat signifikansi 5% atau 0,25.

Berikut hasil yang diperoleh dari uji validitas:

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Media Sosial (X1)	X1.1	0,176	1	VALID
	X1.2	0,176	0,838	VALID
	X1.3	0,176	0,734	VALID
	X1.4	0,176	0,829	VALID
	X1.5	0,176	0,774	VALID
	X1.6	0,176	0,722	VALID
Literasi digital (X2)	X2.1	0,176	0,681	VALID
	X2.2	0,176	0,647	VALID
	X2.3	0,176	0,640	VALID
	X2.4	0,176	0,661	VALID
	X2.5	0,176	0,675	VALID
	X2.6	0,176	0,660	VALID
Persepsi Resiko (X3)	X3.1	0,176	0,635	VALID
	X3.2	0,176	0,723	VALID
	X3.3	0,176	0,645	VALID
	X3.4	0,176	0,612	VALID
Keputusan (Y)	Y1.1	0,176	0,798	VALID
	Y1.2	0,176	0,777	VALID
	Y1.3	0,176	0,768	VALID
	Y1.4	0,176	0,805	VALID
	Y1.5	0,176	0,788	VALID

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Temuan penelitian ini menunjukkan terdapat 23 pertanyaan dari variabel *media sosial*, *literasi digital*, *persepsi risiko* dan variabel keputusan adalah valid karena nilai r hitung $>$ r tabel.

b. Uji Realibilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui dapat dipercaya atau tidaknya suatu hipotesis. Jika Cronvach's Alpha $>$ 0,60, maka suatu variabel dianggap reliabel.¹¹⁵

¹¹⁵ Santoso S Buku Latihan SPSS, "Statistik Parametrik," PT Elexmedia Komputindo. Jakarta, 2000.

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Realibility Coefficients	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Media sosia</i>	6	0,945	Reliable
<i>Literasi Digital</i>	6	0,965	Reliable
<i>Persepsi resiko</i>	4	0,830	Reliable
Keputusan	5	0,949	Reliable

Sumber: data primer yang diolah, 2023

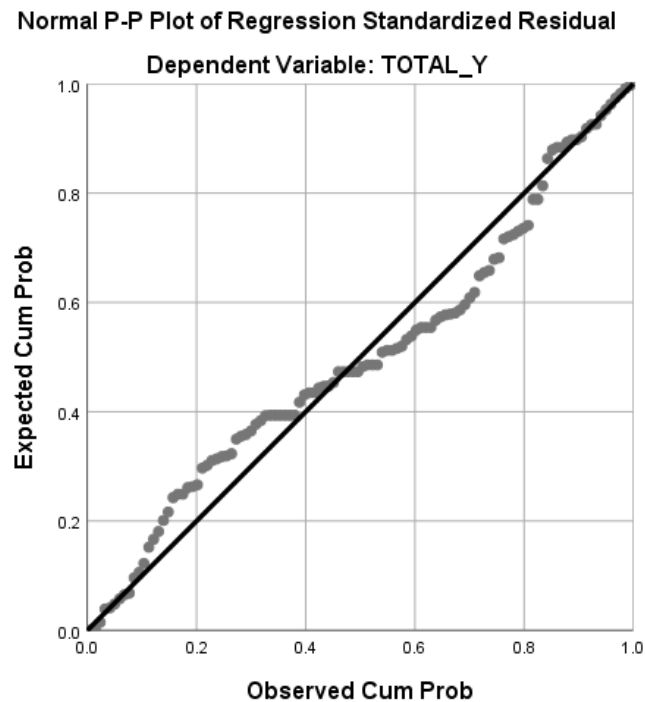
Dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel x dan variabel y reliabel dikarenakan memiliki nilai Cronbach's alpha lebih dari 0,60 sehingga menunjukkan bahwa variabel yang berkaitan dengan media sosial, literasi digital, dan persepsi risiko dianggap dapat diandalkan.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Dalam penelitian ini uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data populasi mengikuti distribusi normal atau tidak. Pendekatan P-Plot, yang biasa disebut sebagai plot probabilitas, digunakan oleh para peneliti dalam penelitian ini. Metode ini merupakan uji normalitas yang menguji nilai residu ketika titik-titik data berada pada garis diagonal dan berdistribusi normal, namun tidak berfungsi dengan baik ketika titik-titik tersebut menjauh atau tidak berada pada garis diagonal.

Gambar 4.2 Hasil uji P-Plot



Sumber: Data primer yang telah diolah

Karena titik-titik pada P-Plot mengikuti garis diagonal, maka hasil uji normalitas pada gambar P-Plot menunjukkan nilai residu berdistribusi normal, sesuai temuan Gambar 4.2. Dengan demikian, uji asumsi klasik terpenuhi.

4.4.2 Analisis Kolmogorov-Smirnov (KS).

Para peneliti sering menggunakan uji Kolmogorov Smirnov sebagai uji kenormalan, terutama mengingat banyaknya perangkat lunak statistik yang dapat diakses.¹¹⁶ Uji ini memiliki keuntungan karena lebih mudah dilaksanakan dibandingkan ujian lainnya. Untuk menentukan apakah sampel yang diambil dari suatu populasi mempunyai distribusi data tertentu atau mengikuti distribusi statistik tertentu, seseorang dapat menerapkan uji Kolmogorov-Smirnov. Membandingkan distribusi data uji dengan distribusi normal konvensional merupakan konsep dasar yang mendasari pengujian ini.¹¹⁷ Data dikatakan berdistribusi teratur apabila nilai signifikansinya lebih dari 0,05 sebaliknya dikatakan tidak berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya kurang dari 0,05.¹¹⁸

¹¹⁶ Ibid

¹¹⁷ I Wayan Widana and Ni Putu Lia Muliani, "Uji Persyaratan Analisis" (Klik Media, 2020).

¹¹⁸ Ibid

Tabel 4.7 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.27105590
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.100
	Negative	-.089
Test Statistic		.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.008 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data primer yang telah diolah

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa pengolahan data uji Kolmogrov Smirnov menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,008, lebih besar dari 0,005. Hal ini menunjukkan bahwa sebaran datanya normal.

4.4.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya suatu model regresi dalam suatu penelitian terdapat korelasi antar variabel bebas (x). Jika temuan regresi buruk, ini merupakan gejala multikolinearitas. Hal ini disebabkan karena variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian menghasilkan kesamaan karakteristik yang saling berhubungan dan dapat saling mengganggu. Pada pengujian ini jika nilai Tolerance > 0,10 maka tidak terdapat tanda-tanda multikolinearitas, namun jika nilai Tolerance < 0,10 maka terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	X1	.191
	X2	.206
	X3	.102

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

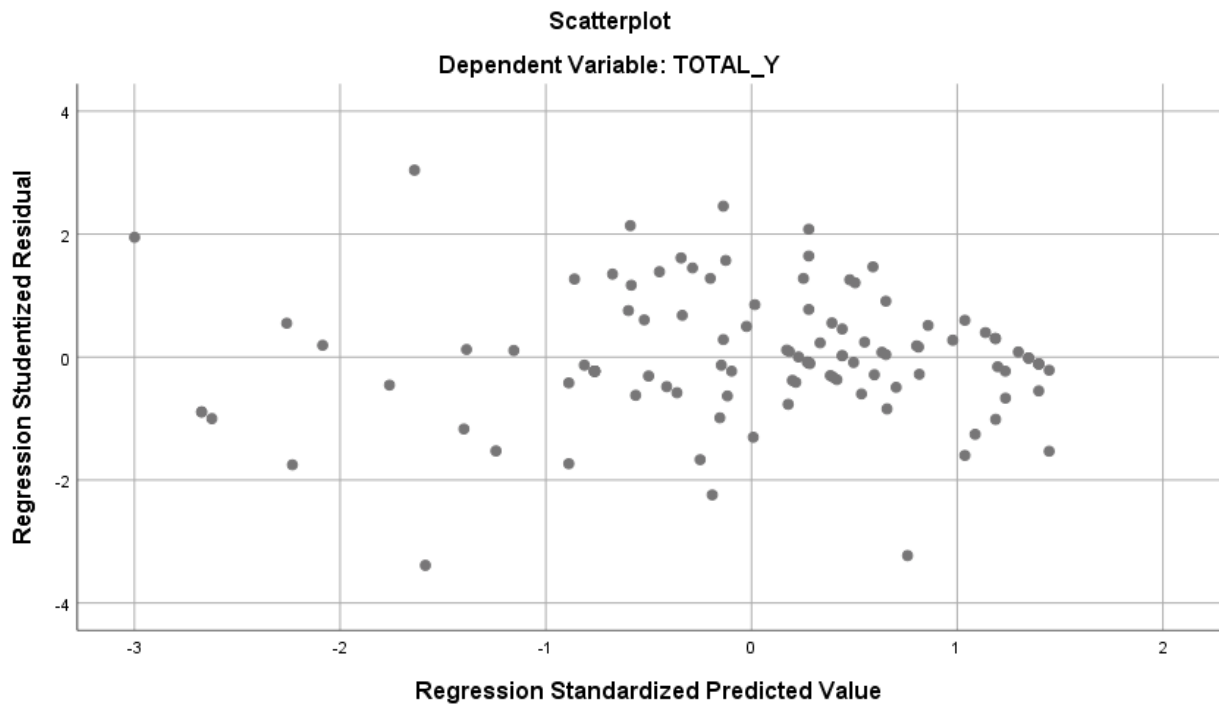
Sumber: Data Olah SPSS

Tabel 4.8 menunjukkan nilai toleransi variabel X1 atau media sosial sebesar 0,191 dan nilai VIF sebesar 5,248. Nilai toleransi dan VIF variabel X2 yang mengukur literasi digital masing-masing sebesar 0,206 dan 4,857. Toleransi dan VIF variabel persepsi risiko X3 masing-masing sebesar 0,102 dan 9,821. Tabel di atas menampilkan hasil ketiga variabel independen dengan nilai toleransi lebih besar dari $> 0,1$ dan nilai VIF kurang dari 10,00. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa gejala multikolinearitas tidak terdapat pada penelitian ini.

4.4.4 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan karena uji heteroskedastisitas digunakan untuk menilai apakah variansi model regresi tidak sama antar visi yang berbeda. Suatu model regresi dikatakan baik apabila bersifat homoskedastis dan tidak menunjukkan heteroskedastisitas.

Gambar 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas



sumber: Data primer diolah

Gambar 4.9 menunjukkan bahwa sebaran titik-titik berada di atas atau di bawah angka 0 pada sumbu Y, acak, dan tidak memiliki pola yang terlihat. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji t (Parsial)

Besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dipastikan dengan menggunakan uji t. Dalam penelitian ini, hipotesis berikut diterapkan:

- 1) $H_0 = media\ sosial$ tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa perbankan syariah menggunakan BSI Mobile.
 $H_1 = media\ sosial$ pengaruh terhadap keputusan Mahasiswa perbankan syariah dalam menggunakan BSI Mobile.
- 2) $H_0 = literasi\ digital$ tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa perbankan syariah dalam menggunakan BSI Mobile
 $H_1 = literasi\ digital$ berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa perbankan syariah dalam menggunakan BSI Mobile.
- 3) $H_0 = persepsi\ risiko$ tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa perbankan syariah menggunakan BSI Mobile

$H_1 = \text{persepsi risiko}$ berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa perbankan syariah menggunakan BSI Mobile.

Berikut nilai dasar uji t pada SPSS:

- a. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 H_0 diterima.
- b. Jika nilai signifikannya kurang dari 0,05 H_1 diterima.

Tabel 4.10 Hasil Uji t

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.028	.971		2.088	.039
	TOTAL_X1	.774	.092	.900	8.388	.000
	TOTAL_X2	.246	.081	.286	3.026	.003
	TOTAL_X3	-.397	.219	-.263	-1.817	.072

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.10, variabel independen X1,X2 dan X3 dapat digunakan independen dan Y secara parsial terikat pengaruh signifikansi terhadap variabel dependen Y. Berdasarkan tabel tersebut dapat dinyatakan:

- 1) Nilai signifikansi yang diketahui (Sig.) variabel media sosial sebesar 0,000, hal ini menunjukkan bahwa media sosial mempunyai nilai signifikansi kurang dari 0,05. Nilai t hitung sebesar 8,388 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,984, hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Oleh karena itu, keputusan mahasiswa perbankan syariah dalam memanfaatkan BSI Mobile (Y) dipengaruhi oleh variabel media sosial (X1).
- 2) Nilai signifikansi (Sig.) variabel literasi digital diketahui sebesar 0,003. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima karena nilai signifikansi literasi digital kurang dari 0,05 dan nilai t hitung sebesar 3,026 > nilai t tabel 1,984. Dengan demikian, pilihan BSI Mobile (Y) mahasiswa yang mempelajari perbankan syariah dipengaruhi oleh luaran variabel literasi digital (X2).
- 3) Nilai signifikansi variabel persepsi risiko yang diketahui (Sig.) sebesar 0,072 menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel tersebut lebih dari 0,05. Nilai t hitung sebesar -1,817 < t tabel 1,984 berarti H_0 diterima

dan H1 ditolak. Dengan demikian, pilihan BSI Mobile (Y) di kalangan mahasiswa yang mempelajari perbankan syariah tidak dipengaruhi oleh variabel persepsi risiko (X3).

4.5.1 Uji F (Simultan)

Dengan hipotesis sebagai berikut, uji F berupaya untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen berhubungan dengan variabel dependen secara bersamaan atau bersama-sama:

- 1) H_0 = Mahasiswa perbankan syariah mengambil keputusan untuk menggunakan BSI Mobile tidak dipengaruhi oleh media sosial, literasi digital, atau persepsi risiko.
- 2) H_4 = *media sosial, literasi digital dan persepsi risiko* berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa perbankan syariah menggunakan BSI Mobile.

Berikut nilai dasar uji f pada SPSS:

- a. H_0 diterima jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05.
- b. H_4 diterima jika nilai signifikannya kurang dari 0,05.

Tabel 4.11 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2254.448	3	751.483	140.074	.000 ^b
	Residual	579.409	108	5.365		
	Total	2833.857	111			

a. Dependent Variable: keputusan

b. Predictors: (Constant), media sosia, literasi digital, persepsi resiko

Sumber: Data primer yang diolah

Nilai signifikansi X1, X2 dan X3 terhadap Y sebesar 0,000 diketahui dari tabel 4.11 di atas yang menunjukkan bahwa media sosial, literasi digital, dan persepsi risiko merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa perbankan syariah dalam menggunakan BSI Mobile.

4.6 Uji Koefisien determinasi (R^2)

Pengukuran variabel x, atau independen, dalam koefisien determinasi (R^2) model regresi untuk keperluan peramalan variabel Y, atau dependen.

Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 ^a	.796	.790	2.316

a. Predictors: (Constant), meda sosial, literasi digital, persepsi resiko

b. Dependent Variable: keputusan

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa adjust R square (koefisien determinasi) sebesar 0,790. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen keputusan penggunaan (Y) secara bersama-sama dipengaruhi oleh media sosial (X1), literasi digital (X2), dan persepsi risiko (X3) sebesar 79%. Sisanya sebesar 21% kemudian dipengaruhi oleh faktor tambahan yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini

4.7 Uji Linier Berganda

Tujuan dari analisis regresi linier berganda adalah untuk dapat mengukur dan mengetahui pengaruh dan arah hubungan antar variabel independen seperti media sosial, literasi digital, dan persepsi risiko terhadap keputusan mahasiswa perbankan syariah dalam menggunakan BSI Mobile. Aplikasi SPSS 25 digunakan peneliti untuk melakukan analisis regresi linier berganda.

Tabel 4.13 Hasil Uji Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.028	.971		2.088	.039
	TOTAL_X1	.774	.092	.900	8.388	.000
	TOTAL_X2	.246	.081	.286	3.026	.003
	TOTAL_X3	-.397	.219	-.263	-1.817	.072

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Data primer yang telah diolah

Tabel 4.13 merupakan hasil analisis regresi linier berganda, maka dari koefisien

B jelas akan dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

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

$$Y = 2,028 + 0,774 X_1 + 0,246 X_2 + (-0,397) X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan menggunakan

X1 = Media Sosial

X2 = Literasi Digital

X3 = Persepsi risiko

e = standar error

Dari hasil analisis yang dilakukan dengan aplikasi SPSS 25, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Koefisien regresi β_1 sebesar 0,774 artinya setiap kenaikan 1 satuan *media sosial* X₁ maka keputusan menggunakan BSI Mobile meningkat sebesar 0,774.
- 2) Koefisien regresi β_2 sebesar 0,246 yang berarti setiap kenaikan 1 satuan *literasi digital* X₂ maka keputusan menggunakan BSI Mobile meningkat sebesar 0,246.
- 3) Koefisien regresi β_3 sebesar -0,397 yang berarti setiap kenaikan 1 satuan *persepsi risiko* X₃ maka keputusan mengadopsi BSI Mobile mengalami penurunan sebesar 0,397.

4.8 Hasil Analisis Data Penelitian

Hasil dari uji hipotesis yang telah dilakukan peneliti sebagai berikut:

4.8.1 Pengaruh *media sosial* terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile

Diketahui nilai koefisien media sosial sebesar 0,774 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05 berdasarkan data analisis SPSS untuk penelitian ini. Untuk menyimpulkan bahwa H1 disetujui, dapat dikatakan bahwa media sosial (X1) mempengaruhi pilihan untuk menggunakan BSI Mobile (Y).

Hasil ini sejalan dengan temuan penelitian Huong Thi yang menunjukkan bahwa media sosial berdampak terhadap keputusan konsumen dalam memanfaatkan mobile banking.¹¹⁹ Berkembangnya teknologi informasi semakin membawa banyak perubahan dalam kehidupan dimasyarakat. Di Indonesia, masyarakat dari segala usia memanfaatkan media sosial untuk memperoleh berita dan menyampaikan informasi.¹²⁰ Oleh karena itu *media sosial* menjadi penting bagi perbankan di Indonesia untuk menjangkau nasabahnya.

¹¹⁹ Huong Thi Thanh Tran and James Corner, "The Impact of Communication Channels on Mobile Banking Adoption," *International Journal of Bank Marketing* 34, no. 1 (2016): 78–109.

¹²⁰ Anang Sugeng Cahyono, "79-Article Text-148-1-10-20170314," *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA*, 2016, 18, <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79/73>.

Keputusan merupakan pilihan individu untuk bertindak guna melaksanakan tindakannya. Salah satu faktor yang mungkin mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan layanan mobile banking adalah media sosial. Hal ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* yang berpendapat bahwa rencana penggunaan suatu barang atau jasa akan terwujud jika seseorang memiliki akses terhadap media sosial dan kontrol perilaku terhadapnya .

Berdasarkan temuan penelitian, variabel *media sosial* mempunyai pengaruh terhadap keputusan mahasiswa perbankan syariah dalam menggunakan BSI Mobile. Hal ini sesuai dengan temuan ilmiah yang mengungkapkan bahwa di UIN Walisongo Semarang, UIN Salatiga, UIN Purwokerto, dan UIN Surakarta sebanyak 75% Mahasiswa yang tergabung dalam himpunan mahasiswa jurusan mengikuti akun dari media sosial BSI. Sedangkan pada IAIN Kudus dan UIN Pekalongan sebanyak 50% mengikuti akun dari media sosial BSI.

Maka dari itu Bank Syariah Indonesia harus lebih aktif dalam penggunaan media sosial supaya informasi ataupun promosi produk dari BSI Mobile yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.

4.8.2 Pengaruh literasi digital terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile

Data yang diperoleh berdasarkan hasil analisis menggunakan SPSS 25 ditemukan uji t, nilai koefisien sebesar 0,246 dengan tingkat signifikansi 0,003 yang berarti kurang dari 0,05. Hasilnya H2 diterima karena variabel literasi digital (X2) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile (Y).

Temuan ini sejalan dengan penelitian Samer Elhajjar yang menemukan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap keputusan penggunaan mobile banking.¹²¹ Penggunaan internet terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Di Indonesia sendiri internet sudah digunakan diberbagai kalangan masyarakat. Mayoritas masyarakat indonesia mengatakan alasan utama menggunakan internet adalah sebagai mendapatkan berita terbaru¹²². Peluang ini dimanfaatkan oleh perbankan syariah untuk dapat menjangkau seluruh nasabahnya¹²³ Oleh

¹²¹ Samer Elhajjar and Fadila Ouaida, "An Analysis of Factors Affecting Mobile Banking Adoption," *International Journal of Bank Marketing* 38, no. 2 (2020): 352–67.

¹²² Ibid

¹²³ Nur Inayah and Ratno Agriyanto, "THE ROLE OF SPIRITUALITY IN THE BEHAVIOR OF SHARIA BANK MOBILE BANKING: EVIDENCE FROM INDONESIA.," *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 26, no. 1 (2018).

karena itu, penting untuk meningkatkan kesadaran *literasi digital* di masyarakat agar masyarakat dapat mengikuti perubahan teknologi.

Teori perilaku terencana dianggap terkait dengan variabel literasi digital dalam situasi ini. Semakin tinggi tingkat literasi digital pelanggan, maka semakin tinggi pula kemungkinan pelanggan memilih menggunakan BSI Mobile. Menurut penelitian, variabel literasi digital dapat mempengaruhi penggunaan BSI Mobile oleh mahasiswa perbankan syariah.

Oleh karena itu dapat dilihat dari pernyataan kuesioner pada penelitian ini yang menyatakan bagaimana kemampuan seseorang itu dalam menguasai teknologi informasi dan komunikasi, Sebanyak 70,68% responden menyatakan bahwa dirinya memiliki kemampuan dalam mengoperasikan teknologi informasi dan komunikasi. Maka semakin tinggi kemampuan literasi digital seseorang akan bersikap positif dalam menggunakan BSI Mobilee.

4.8.3 Pengaruh *persepsi risiko* terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile

Berdasarkan hasil penelitian, nilai koefisien uji t yang diperoleh dari data yang diperiksa dengan program SPSS 25 adalah sebesar -0,397 pada tingkat signifikansi 0,072 yang berarti lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, pilihan penggunaan mobile banking tidak dipengaruhi oleh variabel *persepsi risiko*.

Hasil ini bertentangan dengan penelitian Okky Natalia yang menunjukkan bahwa pilihan penggunaan mobile banking dipengaruhi oleh variabel persepsi risiko.¹²⁴

The Theory of Planned Behavior yang menjadi pedoman penelitian ini menyatakan bahwa untuk mencapai hasil yang diinginkan, seseorang harus memperkirakan sejumlah faktor secara cermat dan tepat sebelum bertindak. Demikian pula, setiap orang akan menyelidiki dan mempertimbangkan manfaat mobile banking setelah mengevaluasi bahayanya. Semakin banyak masyarakat yang ingin menggunakan mobile banking, semakin tinggi pula potensi margin keuntungannya. Menurut Theory of Planned Behavior, seseorang akan lebih mungkin berperilaku positif jika mempunyai pendapat yang baik dan merasa

¹²⁴ Okky Natalia and Rini Tesniwati, "The Effect of Perception of Trust, Perception of Ease of Use, Perception of Benefits, Perception of Risk and Perception of Service Quality on Interest in Using Mobile Banking Bank Independent in Bekasi City," *International Journal of Science, Technology & Management* 2, no. 5 (2021): 1722–30.

puas. Dengan demikian, temuan penelitian ini mendukung Teori Perilaku Terencana.

Berdasarkan pernyataan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini, sebanyak 60,50 persen peserta meyakini adanya bahaya yang tinggi terkait penggunaan layanan BSI Mobile, dan BSI Mobile masih dinilai memiliki tingkat keamanan yang rendah.

Hal ini didukung juga dengan adanya kasus dimana dibobolnya sistem dari Bank Syariah Indonesia yang terjadi pada bulan Mei, yang menyebabkan bocornya data dari para nasabah dan juga lumpuhnya sistem mobile banking dan ATM dari Bank Syariah Indonesia, yang menimbulkan respond kurang baik dari para mahasiswa perbankan syariah.

Maka Bank Syariah Indonesia perlu adanya evaluasi dan peningkatan dalam system keamanan untuk memberikan jaminan keamanan kepada para nasabahnya supaya nasabah dapat melakukan transaksi dengan aman.

BAB V

PENUTUPAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi “Pengaruh Media Sosial, Literasi Digital dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah SeJawa-Tengah Menggunakan BSI Mobile”. Berdasarkan hasil analisis dan data, dapat disimpulkan:

1. Variabel yang berhubungan dengan *media sosial* Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa variabel *media sosial* mempengaruhi keputusan mahasiswa perbankan syariah Jawa Tengah dalam menggunakan BSI Mobile. Temuan ini menunjukkan bahwa H1 disetujui. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak *media sosial* yang mereka gunakan, semakin besar kemungkinan mahasiswa untuk memilih menggunakan BSI Mobile.
2. Variabel *literasi digital* menurut hasil uji yang diperoleh menemukan bahwa variabel *literasi digital* mempunyai pengaruh terhadap keputusan mahasiswa perbankan syariah se Jawa-Tengah menggunakan BSI Mobile, hasil ini menunjukkan bahwa H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa siswa lebih cenderung memilih untuk menggunakan BSI Mobile jika mereka semakin melek digital.
3. Variabel *persepsi resiko* menurut hasil uji yang diperoleh menemukan H1 ditolak karena variabel *persepsi resiko* tidak berpengaruh terhadap keputusan Mahasiswa perbankan syariah se-Jawa Tengah untuk menggunakan BSI Mobile tanpa memperhatikan.

5.2 Saran

Tentu ada kekurangan dalam penelitian ini, sehingga peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya:

1. Bank Syariah Indonesia lebih informatif dalam penyampaian berita, produk ataupun promo pada BSI Mobile.
2. Himpunan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah harus meningkatkan kemampuan dan pemahaman tentang literasi digital, baik mengadakan seminar maupun pelatihan literasi digital dengan harapan mahasiswa perbankan syariah dapat mengikuti kegiatan tersebut dan memperoleh keterampilan yang baik.

3. Bank Syariah Indonesia harus kembali meningkatkan keamanan bagi nasabah pengguna BSI Mobile. Karena dari hasil yang di dapat mahasiswa perbankan syariah cukup aktif dalam penggunaan BSI Mobile.
4. Pada penelitian berikutnya, untuk dapat melakukan wawancara kepada pihak Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai pendukung penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abiad, Abdul, Mia Arao, Suzette Dagli, Benno Ferrarini, Ilan Noy, Patrick Osewe, Jesson Pagaduan, Donghyun Park, and Reizle Platitas. "The Economic Impact of the COVID-19 Outbreak on Developing Asia," 2020.
- Afdalia, Nadhira, Dkk. "Theory of Planned Behavior Dan Readiness for Change Dalam Memprediksi Niat Implementasi Peraturan." *Jaai* 18, no. 2 (2014): 110–23.
- Agriyanto, Ratno. "Redefining Objective of Islamic Banking; Stakeholders Perspective in Indonesia." *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 6, no. 2 (2015): 77–90.
- Al-Jabri, Ibrahim M, and M Sadiq Sohail. "Mobile Banking Adoption: Application of Diffusion of Innovation Theory." *Journal of Electronic Commerce Research* 13, no. 4 (2012): 379–91.
- Alhusain, Achmad Sani. "Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional." *Info Singkat: Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik* 13, no. 3 (2021): 19–24.
- Batee, Maria Magdalena. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli." *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 2, no. 2 (2019): 313–24.
- Cahyono, Anang Sugeng. "79-Article Text-148-1-10-20170314." *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA*, 2016, 18. <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79/73>.
- dan Kebudayaan, Kementerian Pendidikan. "Materi Pendukung Literasi Digital." *Jakarta Timur: Kemendikbud*, 2017.
- Danuri, Muhamad, and Suharnawi Suharnawi. "Trend Cyber Crime Dan Teknologi Informasi Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Infokam* 13, no. 2 (2017).
- Dwinna, Nadya, Nadya Dwinna Putri, and Dini Lestari. "PERSEPSI MAHASISWA UINSU TENTANG BELANJA ONLINE MELALUI APLIKASI SHOPEE." *EKSYA: Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (2023): 233–42.

- Elhajjar, Samer, and Fadila Ouaida. "An Analysis of Factors Affecting Mobile Banking Adoption." *International Journal of Bank Marketing* 38, no. 2 (2020): 352–67.
- . "An Analysis of Factors Affecting Mobile Banking Adoption." *International Journal of Bank Marketing* 38, no. 2 (April 7, 2020): 352–67.
<https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2019-0055>.
- Febrianti, Dwita, Sella Azara Lailatul Hidayah, and Nadia Fathurrahmi Lawita. "Penerapan Basis Data Pada Perusahaan Perbankan (Studi Kasus Penerapan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia)," n.d.
- Ghozali, Imam. "Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23," 2016.
- Gilster, P. "Digital Literacy. New York: Wiley&Sons." Inc, 1997.
- Gunelius, Susan. *Content Marketing for Dummies*. John Wiley & Sons, 2011.
- Idroes, Ferry Novindra. *Manajemen Risiko Perbankan: Pemahaman Pendekatan 3 Pilar Kesepakatan Basel II Terkait Aplikasi Regulasi Dan Pelaksanaannya Di Indonesia*. Rajawali Pers, 2011.
- Ilyas, Rahmat. "Peran Dewan Pengawas Syariah Dalam Perbankan Syariah." *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 2, no. 1 (2021): 42–53.
- Inayah, Nur, and Ratno Agriyanto. "THE ROLE OF SPIRITUALITY IN THE BEHAVIOR OF SHARIA BANK MOBILE BANKING: EVIDENCE FROM INDONESIA." *Walisono: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 26, no. 1 (2018).
- Ismail, M B A. *Perbankan Syariah*. Kencana, 2017.
- Kemenkes, R I. "Pedoman Pencegahan Dan Pengendalian Coronavirus Disease (Covid-19)," 2020.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Vol. 1. Jilid, 2008.
- Kuncoro, Mudrajad. "Metode Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi." *Yogyakarta: UPP-AMP YKPN*, 2001.

- Kurniaputra, Adria Yudi, and Mochamad Nurhadi. "PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, RISIKO DAN MANFAAT TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BRI DI SURABAYA." *Journal of Business & Banking* 8, no. 1 (October 31, 2018). <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1557>.
- Kusrini, M Kom, and M Kom. "Konsep Dan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan." *Penerbit Andi*, 2007, 14–21.
- Livana, P H, Resa Hadi Suwoso, Terri Febrianto, Dani Kushindarto, and Firman Aziz. "Dampak Pandemi COVID-19 Bagi Perekonomian Masyarakat Desa." *Indonesian Journal of Nursing and Health Sciences* 1, no. 1 (2020): 37–48.
- Mardiyah¹, Rahma Ainul, and R Nunung Nurwati. "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Peningkatan Angka Pengangguran Di Indonesia." *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial Universitas Padjajaran*, 2020.
- Mohd Thas Thaker, Mohamed Asmy Bin, Anwar Bin Allah Pitchay, Hassanudin Bin Mohd Thas Thaker, and Md Fouad Bin Amin. "Factors Influencing Consumers' Adoption of Islamic Mobile Banking Services in Malaysia: An Approach of Partial Least Squares (PLS)." *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 4 (2019): 1037–56.
- Mujiatun, Siti. "Jual Beli Dalam Perspektif Islam: Salam Dan Istisna'." *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* 13, no. 2 (2014).
- Natalia, Okky, and Rini Tesniwati. "The Effect of Perception of Trust, Perception of Ease of Use, Perception of Benefits, Perception of Risk and Perception of Service Quality on Interest in Using Mobile Banking Bank Independent in Bekasi City." *International Journal of Science, Technology & Management* 2, no. 5 (2021): 1722–30.
- Nazirah, Ulfa. "Pengaruh Ketersediaan Fitur Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ulee Kareng." UIN Ar-Raniry, 2022.
- Ningrum, Rukma, Sofyan Bacmid, and Abdul Jalil. "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu." *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 3,

no. 1 (2021): 30–45.

Ningsih, Mardhiyatur Rosita, and Muhammad Syarqim Mahfudz. “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Manajemen Industri Perbankan Syariah: Analisis Komparatif.” *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 1 (2020).

Nuhyatia, Indah. “Penerapan Dan Aplikasi Akad Wakalah Pada Produk Jasa Bank Syariah.” *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam* 3, no. 2 (2013): 23.

Pradini, Krissandi Tunggal, and Susanti Susanti. “Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bca, Bni, Bri.” *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 10, no. 10 (2021): 859.

Prakosa, Adhi. “Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking.” *Jurnal Manajemen* 9, no. 2 (2019): 270–82.

Putri, Ririn Noviyanti. “Indonesia Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19.” *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 20, no. 2 (2020): 705.
<https://doi.org/10.33087/jiubj.v20i2.1010>.

Rahmadi, Heksawan, and Deni Malik. “Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia. Com Di Jakarta Pusat.” *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani* 3, no. 1 (2016): 126–45.

Rahmayani, Nuzul. “Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terkait Pengawasan Perusahaan Berbasis Financial Technology Di Indonesia.” *Pagaruyuang Law Journal* 2, no. 1 (2018): 24–41.

Salmah, Rosilia, and Luqman Hakim. “Pendapatan, Pendidikan, Persepsi Kemudahan, Dan Sikap Sebagai Mediasi Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syari’ah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2021): 798–805.

Salsabila, Hana Zahra, Susanto Susanto, and Lusya Tria Hatmanti Hutami. “Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 9, no. 1 (2021): 87–

- Saputra, Rico, and Hatane Semuel. "Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia Di Sidoarjo." *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN* 1, no. 1 (2013): 1–12.
- Sari, Nilam. *Kontrak (Akad) Dan Implementasinya Pada Perbankan Syariah Di Indonesia*. Vol. 1. Yayasan PeNA Banda Aceh, 2015.
- Seni, Ni Nyoman Anggar, and Ni Made Dwi Ratnadi. "Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi." *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 12, no. 6 (2017): 4043–68.
- Septiani, Risa Nadya, and Eni Wuryani. "PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN INKLUSI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM DI SIDOARJO." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 9, no. 8 (September 9, 2020): 3214.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p16>.
- Setiadi, Ahmad. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi." *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika* 16, no. 2 (2016).
- Shaikh, Aijaz A, and Heikki Karjaluoto. "Mobile Banking Adoption: A Literature Review." *Telematics and Informatics* 32, no. 1 (2015): 129–42.
- Sharma, Manisha, Subhojit Banerjee, and Justin Paul. "Role of Social Media on Mobile Banking Adoption among Consumers." *Technological Forecasting and Social Change* 180 (2022): 121720.
- Sohrabi, Catrin, Zaid Alsafi, Niamh O'Neill, Mehdi Khan, Ahmed Kerwan, Ahmed Al-Jabir, Christos Iosifidis, and Riaz Agha. "World Health Organization Declares Global Emergency: A Review of the 2019 Novel Coronavirus (COVID-19)." *International Journal of Surgery*. Elsevier, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.ijssu.2020.02.034>.
- SPSS, Santoso S Buku Latihan. "Statistik Parametrik." *PT Elexmedia Komputindo*. Jakarta, 2000.
- Sugiyono, D. "Statistika Untuk Penelitian (Edisi 15)." *Bandung: Alfabeta*, 2009.

Sugiyono, Dr. “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D,” 2013.

Sulianta, Feri. *Literasi Digital, Riset Dan Perkembangannya Dalam Perspektif Social Studies*. Feri Sulianta, 2020.

Sumiati, Eti, and Wijonarko Wijonarko. “Manfaat Literasi Digital Bagi Masyarakat Dan Sektor Pendidikan Pada Saat Pandemi Covid-19.” *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia* 3, no. 2 (2020): 65–80.

Supriadi, Supriadi, and Ismawati Ismawati. “Implementasi Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah Untuk Mempertahankan Loyalitas Nasabah.” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2020): 41–50.

Tran, Huong Thi Thanh, and James Corner. “The Impact of Communication Channels on Mobile Banking Adoption.” *International Journal of Bank Marketing* 34, no. 1 (2016): 78–109.

Ulfa, Alif. “Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah Di Indonesia.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2021): 1101–6.

Ullah, Saif, Umar Safdar Kiani, Basharat Raza, and Abdullah Mustafa. “Consumers’ Intention to Adopt m-Payment/m-Banking: The Role of Their Financial Skills and Digital Literacy.” *Frontiers in Psychology* 13 (2022): 873708.

———. “Consumers’ Intention to Adopt m-Payment/m-Banking: The Role of Their Financial Skills and Digital Literacy.” *Frontiers in Psychology* 13 (April 29, 2022). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.873708>.

Umar, Husein. “Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis,” 2013.

Wareza, Monica. “Merger Bank Syariah BUMN Sedahsyat Ini Dampak Ekonominya.” CNBC Indonesia. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/market> ..., 2020.

Watie, Errika Dwi Setya. “Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media).” *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2016): 69–74.

Widana, I Wayan, and Ni Putu Lia Muliani. "Uji Persyaratan Analisis." *Klik Media*, 2020.

Yuliana, Y. "Corona Virus Diseases (Covid-19): Sebuah Tinjauan Literatur." *Wellness And Healthy Magazine* 2, no. 1 (2020): 187–92. <https://doi.org/10.30604/well.95212020>.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

1. Pengantar

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yth Bapak/Ibu/Saudara/i sekalian. Perkenalkan, saya Muhammad Reza mahasiswa UIN Walisongo Semarang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Saat ini saya tengah mempersiapkan Penelitian Skripsi dengan judul Pengaruh Media sosial, Literasi digital, dan Persepsi resiko terhadap Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah Se-Jawa Tengah Menggunakan BSI Mobile. Untuk itu saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berkenan meluangkan waktunya mengisi kuesioner ini. Respon atas survey ini dapat dilakukan melalui laptop / PC / handphone pada tautan berikut :

Target responden dalam survey ini adalah:

- a. Mahasiswa Perbankan syariah PTKIN Se-Jawa Tengah
- b. Anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan

Saya ucapkan terimakasih atas kesediaan serta budi baik Bapak/Ibu/Saudara/i, semoga Allah membalasnya dengan kebaikan yang berlipat ganda.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

2. Petunjuk Pengisian Kuesioner

- a. Sebelum menjawab kuesioner, mohon untuk melengkapi identitas responden.
- b. Untuk menjawab kuesioner, klik pada salah satu jawaban yang sesuai pada kolom pilihan jawaban yang tersedia, dengan keterangan sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat tidak setuju

- c. Jawaban yang anda berikan akan terjamin kerahasiannya. Jawaban anda merupakan sebuah informasi yang sangat berarti bagi peneliti, oleh karena itu kelengkapan pengisian angket dan kejujuran dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan sangat diharapkan. Kerjakan setiap pernyataan dengan teliti dan jangan adayang tertinggal.

3. Identitas Responden

Nama : _____
Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
Universitas : _____
NIM : _____
Alamat : _____

Intensitas menggunakan BSI Mobile : <5x 6-10x >11x

4. Pernyataan Kuesioner

Variabel	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
<i>Media Sosial (X1)</i>	Saya merasa media sosial BSI memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti					
	Media sosial lebih cepat dan murah untuk memperoleh berita terbaru tentang produk/layanan					
	Saya menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan pendapat saya mengenai pengalaman dalam menggunakan BSI Mobile.					
	Informasi dari media sosial merekomendasikan menggunakan BSI Mobile merupakan hal yang bagus					
	Nilai-nilai dari platform media sosial secara konsisten menyarankan BSI Mobile					
	Menurut saya iklan dari BSI Mobile menarik perhatian saya					

<i>Literasi Digital</i> (X2)	Saya memiliki kemampuan dalam mengoperasikan teknologi informasi dan komunikasi dalam bidang internet					
	Saya memiliki kemampuan dalam berpartisipasi di ruang digital					
	Saya dapat berkomunikasi menggunakan teknologi yang berbasis media digital					
	Saya dapat memilah informasi dalam dunia digital					
	Saya dapat berkontribusi ketika dihadapkan dengan informasi di dunia digital					
	Saya dapat menjamin keamanan ketika sedang mengeksplorasi media digital.					
<i>Persepsi Resiko</i> (X3)	Saya merasa terdapat resiko tertentu yang harus saya tanggung dalam menggunakan BSI Mobile					
	Menurut saya menggunakan BSI Mobile memiliki resiko yang besar					
	Saya merasa BSI Mobile belum tentu memiliki tingkat keamanan yang tinggi					
	Saya merasa adanya ketidakpastian yang besar dalam menggunakan BSI Mobile					
	Saya memutuskan menggunakan BSI Mobile karena memberikan keamanan bagi penggunanya.					

<i>Keputusan Menggunakan (Y)</i>	Saya memutuskan menggunakan BSI Mobile karena layanan yang diberikan mudah dijangkau					
	Saya memutuskan menggunakan BSI Mobile untuk mengakses informasi (saldo rekening, info transaksi terakhir, dan fitur-fitur yang menarik)					
	Saya memutuskan untuk menggunakan layanan BSI Mobile karena dapat diandalkan					
	Saya memutuskan untuk menggunakan layanan BSI Mobile dimasa yang akan datang					

Lampiran 2 : Hasil Uji Pra Validitas dan Realibilitas

1. Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Media Sosial (X1)	X1.1	0,361	1	VALID
	X1.2	0,361	0,962	VALID
	X1.3	0,361	0,869	VALID
	X1.4	0,361	0,954	VALID
	X1.5	0,361	0,890	VALID
	X1.6	0,361	0,804	VALID
Literasi Digital (X2)	X2.1	0,361	0,694	VALID
	X2.2	0,361	0,720	VALID
	X2.3	0,361	0,755	VALID
	X2.4	0,361	0,779	VALID
	X2.5	0,361	0,775	VALID
	X2.6	0,361	0,672	VALID
Persepsi Resiko (X3)	X3.1	0,361	0,593	VALID
	X3.2	0,361	0,853	VALID
	X3.3	0,361	0,658	VALID
	X3.4	0,361	0,706	VALID
Keputusan (Y)	Y1.1	0,361	0,919	VALID
	Y1.2	0,361	0,901	VALID
	Y1.3	0,361	0,874	VALID
	Y1.4	0,361	0,921	VALID

	Y1.5	0,361	0,916	VALID
--	------	-------	-------	-------

2. Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.987	21

Lampiran 3 : Tabulasi Data

1. Variabel *Media sosial* (X1)

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total X1
1	5	5	4	4	4	5	27
2	5	5	4	5	4	3	26
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	4	29
5	3	2	4	2	3	3	17
6	5	5	4	5	5	5	29
7	5	5	5	5	5	5	30
8	3	3	3	3	3	3	18
9	2	2	1	1	1	2	9
10	3	3	1	2	2	2	13
11	2	2	2	2	2	2	12
12	4	4	4	4	3	1	20
13	2	1	2	2	2	1	10
14	3	4	4	3	4	4	22
15	1	1	1	1	3	3	10
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	4	4	4	4	4	24
18	5	5	5	5	5	4	29
19	3	3	4	4	4	3	21
20	4	4	4	4	4	4	24
21	1	1	1	1	1	1	6
22	5	5	4	5	5	5	29
23	4	4	3	3	4	3	21
24	4	5	4	4	5	4	26
25	3	3	3	3	3	3	18
26	3	3	3	3	3	3	18
27	1	1	1	1	1	1	6
28	4	5	3	4	4	4	24
29	5	5	5	5	5	5	30
30	1	1	2	1	1	1	7
31	5	5	5	5	4	5	29
32	4	3	3	4	4	4	22

33	5	5	5	5	5	5	30
34	3	4	3	3	3	3	19
35	4	4	4	4	3	3	22
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	3	3	3	3	3	19
38	5	5	5	5	5	5	30
39	3	3	2	3	2	3	16
40	4	5	4	4	3	3	23
41	4	4	4	4	4	4	24
42	5	5	5	5	5	5	30
43	2	3	4	1	1	4	15
44	3	4	3	3	3	2	18
45	3	3	3	3	3	3	18
46	5	4	4	4	4	4	25
47	4	5	3	4	4	3	23
48	3	3	3	3	3	3	18
49	4	3	4	3	4	3	21
50	4	4	3	4	3	3	21
51	1	1	1	1	1	1	6
52	4	4	4	4	4	5	25
53	4	4	4	4	4	4	24
54	4	5	3	4	3	3	22
55	3	3	3	3	3	3	18
56	5	4	4	4	4	3	24
57	3	3	3	4	4	3	20
58	4	3	3	3	4	3	20
59	3	3	3	4	5	3	21
60	3	3	3	3	2	2	16
61	2	2	2	4	4	3	17
62	2	2	3	2	3	2	14
63	4	4	3	4	4	4	23
64	1	5	5	3	1	1	16
65	2	1	2	2	2	1	10
66	4	4	4	4	5	4	25
67	4	4	4	4	4	4	24
68	3	3	3	3	3	3	18
69	4	5	4	3	3	2	21
70	5	5	5	5	5	4	29
71	3	4	3	3	3	3	19
72	5	5	3	3	3	3	22
73	5	5	5	5	5	5	30
74	3	3	3	4	3	2	18
75	3	3	1	4	3	3	17
76	4	4	4	4	4	3	23

77	3	3	2	3	3	3	17
78	3	4	3	3	3	2	18
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	4	3	3	3	21
81	5	5	5	5	5	5	30
82	5	4	4	5	5	3	26
83	5	5	5	5	5	5	30
84	3	4	2	4	3	3	19
85	4	4	5	4	5	4	26
86	4	4	4	4	4	4	24
87	5	5	5	5	5	4	29
88	4	4	4	3	3	3	21
89	4	5	3	4	4	4	24
90	3	3	3	3	3	3	18
91	5	5	5	4	3	3	25
92	5	5	5	4	5	5	29
93	3	4	5	5	5	3	25
94	3	4	1	3	2	3	16
95	4	5	4	3	3	3	22
96	4	4	4	4	4	4	24
97	5	5	4	5	3	3	25
98	4	5	5	3	4	4	25
99	5	5	4	5	5	5	29
100	5	5	4	4	4	4	26
101	5	5	4	4	4	3	25
102	4	4	4	3	4	3	22
103	5	5	5	5	5	5	30
104	5	5	4	4	4	4	26
105	5	4	4	4	4	4	25
106	4	5	5	4	4	4	26
107	4	5	4	4	5	4	26
108	4	4	4	4	4	4	24
109	5	5	5	5	5	3	28
110	5	5	4	4	4	3	25
111	5	5	5	4	4	3	26
112	4	5	5	4	5	4	27

2. Variabel Literasi Digital (X2)

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total X2
1	4	4	5	4	4	4	25
2	4	5	5	5	5	4	28
3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	24
5	1	1	1	2	2	2	9

6	4	5	4	5	5	4	27
7	5	5	5	5	5	5	30
8	3	3	2	3	3	3	17
9	2	2	1	1	2	1	9
10	1	1	1	1	1	1	6
11	2	2	2	2	2	2	12
12	4	4	4	4	4	4	24
13	2	3	2	1	2	2	12
14	3	3	4	3	3	4	20
15	5	5	5	5	5	5	30
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	5	5	5	4	27
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	4	4	4	24
21	1	1	1	1	1	1	6
22	4	5	5	5	5	5	29
23	4	4	4	4	3	3	22
24	4	4	4	5	4	4	25
25	3	3	3	3	3	3	18
26	3	3	3	3	3	3	18
27	2	1	1	1	1	1	7
28	4	4	4	4	4	4	24
29	5	5	5	5	5	5	30
30	1	2	1	1	1	3	9
31	5	5	5	5	5	5	30
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	5	5	5	5	5	30
34	3	3	4	4	3	3	20
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	4	4	24
37	3	3	3	5	5	4	23
38	5	5	5	5	5	5	30
39	4	4	4	4	3	3	22
40	5	4	5	4	4	4	26
41	2	3	4	4	4	4	21
42	5	5	5	5	5	5	30
43	2	1	3	4	2	2	14
44	3	3	4	4	3	3	20
45	3	3	3	3	3	3	18
46	4	4	4	4	4	4	24
47	5	5	5	5	5	5	30
48	3	3	3	3	3	3	18
49	3	3	3	3	3	3	18

50	4	4	4	4	4	4	24
51	1	1	1	1	1	1	6
52	3	4	4	4	4	4	23
53	4	4	4	4	4	4	24
54	5	4	5	4	5	4	27
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	5	5	5	5	4	28
57	4	4	4	4	4	3	23
58	5	5	5	5	4	4	28
59	3	3	4	4	4	3	21
60	2	2	3	3	2	2	14
61	4	3	4	4	4	4	23
62	3	3	3	2	3	3	17
63	4	4	4	4	4	3	23
64	1	5	5	5	5	1	22
65	2	2	1	1	2	2	10
66	3	3	4	4	4	4	22
67	4	4	4	4	4	3	23
68	3	3	3	3	3	3	18
69	2	3	4	5	4	4	22
70	5	4	4	5	4	4	26
71	4	4	4	3	3	4	22
72	5	5	5	5	5	5	30
73	4	5	5	5	5	5	29
74	4	4	4	4	3	3	22
75	5	5	5	5	5	5	30
76	4	4	4	4	4	4	24
77	3	3	3	3	3	3	18
78	5	5	5	5	5	5	30
79	4	4	4	4	4	4	24
80	3	3	4	3	3	3	19
81	5	5	5	5	5	5	30
82	4	4	4	5	4	5	26
83	5	5	5	5	5	5	30
84	4	4	4	4	4	4	24
85	4	5	5	4	4	4	26
86	4	4	4	4	4	4	24
87	4	4	4	4	4	4	24
88	4	4	4	4	4	3	23
89	4	4	4	5	4	4	25
90	3	3	3	3	3	3	18
91	5	5	5	5	5	5	30
92	5	5	5	5	5	5	30
93	3	4	5	3	4	5	24

94	5	5	5	5	5	3	28
95	4	3	4	4	3	3	21
96	3	4	4	4	4	4	23
97	5	5	5	4	4	4	27
98	5	5	5	3	5	5	28
99	5	4	4	4	4	4	25
100	5	4	5	4	4	4	26
101	4	4	4	4	4	4	24
102	4	4	4	4	4	3	23
103	5	5	4	4	4	4	26
104	4	4	4	4	5	3	24
105	4	4	4	4	4	4	24
106	4	4	4	4	4	4	24
107	5	4	4	4	4	4	25
108	4	4	4	4	4	4	24
109	5	4	4	4	4	4	25
110	4	4	4	4	4	3	23
111	5	5	5	5	5	3	28
112	5	4	5	4	4	4	26

3. Variabel *Persepsi Resiko* (X3)

Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total X3
1	4	4	4	4	16
2	3	4	4	5	16
3	5	5	5	4	19
4	4	5	4	4	17
5	3	4	2	1	10
6	4	4	4	5	17
7	5	4	5	5	19
8	3	3	3	3	12
9	2	1	1	2	6
10	2	1	1	1	5
11	2	2	2	2	8
12	1	4	4	4	13
13	1	2	2	3	8
14	4	4	4	3	15
15	3	1	5	5	14
16	4	4	4	4	16
17	4	4	4	4	16
18	4	5	4	4	17
19	3	4	4	4	15
20	4	4	4	4	16
21	1	1	1	1	4
22	4	4	5	5	18

23	3	3	3	4	13
24	4	4	4	4	16
25	3	3	3	3	12
26	3	3	3	3	12
27	1	1	1	1	4
28	4	3	4	4	15
29	5	4	4	5	18
30	5	2	3	2	12
31	5	5	5	5	20
32	4	3	5	5	17
33	5	5	5	4	19
34	3	3	3	3	12
35	3	4	4	4	15
36	4	4	4	4	16
37	3	3	4	3	13
38	4	4	5	5	18
39	3	2	3	4	12
40	3	4	4	4	15
41	4	4	4	3	15
42	5	5	5	4	19
43	4	4	2	1	11
44	2	3	3	3	11
45	3	3	3	3	12
46	4	4	4	4	16
47	3	3	5	5	16
48	3	3	3	3	12
49	3	4	3	3	13
50	3	3	4	4	14
51	1	1	1	1	4
52	4	4	4	4	16
53	4	4	4	4	16
54	3	3	4	4	14
55	3	3	4	4	14
56	3	4	4	5	16
57	3	3	3	4	13
58	3	3	4	5	15
59	3	3	3	3	12
60	2	4	2	2	10
61	3	2	4	3	12
62	2	3	3	3	11
63	4	3	3	4	14
64	1	5	1	5	12
65	1	2	2	4	9
66	4	4	4	3	15

67	4	4	3	4	15
68	3	3	3	3	12
69	2	4	4	3	13
70	4	5	4	4	17
71	3	3	4	4	14
72	3	3	5	5	16
73	5	5	5	5	20
74	2	3	3	4	12
75	3	1	5	5	14
76	3	4	4	4	15
77	3	2	3	3	11
78	2	3	5	5	15
79	4	4	4	4	16
80	3	4	3	3	13
81	5	5	5	5	20
82	3	4	4	4	15
83	5	5	5	5	20
84	3	2	4	4	13
85	4	5	4	5	18
86	4	4	4	4	16
87	4	5	4	4	17
88	3	4	3	4	14
89	4	3	4	4	15
90	3	3	3	3	12
91	3	5	5	5	18
92	5	5	4	5	19
93	3	4	5	4	16
94	3	1	3	5	12
95	3	4	3	3	13
96	4	4	4	4	16
97	3	4	4	5	16
98	4	5	5	4	18
99	5	4	4	4	17
100	4	4	4	4	16
101	3	4	4	4	15
102	3	4	3	4	14
103	5	5	4	5	19
104	4	4	3	4	15
105	4	4	4	4	16
106	4	5	4	4	17
107	4	4	4	4	16
108	4	4	4	4	16
109	3	5	4	4	16
110	3	4	3	4	14

111	3	4	3	5	15
112	4	5	4	4	17

4. Variabel Keputusan (Y)

Responden	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Total Y
1	4	4	4	5	3	20
2	4	3	5	3	3	18
3	3	1	1	2	4	11
4	4	2	5	4	2	17
5	3	3	5	3	5	19
6	3	3	5	3	5	19
7	2	2	3	5	2	14
8	3	3	3	3	3	15
9	2	1	5	5	5	18
10	2	1	5	1	1	10
11	2	2	2	2	2	10
12	4	2	5	3	4	18
13	3	5	5	4	5	22
14	3	3	3	3	4	16
15	3	3	3	3	3	15
16	4	4	4	4	4	20
17	3	2	2	2	4	13
18	5	5	4	4	4	22
19	3	1	1	1	1	7
20	4	3	5	4	3	19
21	1	1	1	1	1	5
22	4	4	5	4	5	22
23	4	3	5	3	3	18
24	4	2	2	3	2	13
25	3	3	3	3	3	15
26	3	3	3	3	3	15
27	2	1	2	1	2	8
28	4	3	2	2	2	13
29	5	4	2	5	3	19
30	1	4	4	4	4	17
31	5	5	5	5	5	25
32	3	2	2	3	2	12
33	2	2	1	4	2	11
34	4	3	3	3	3	16
35	4	4	3	3	3	17
36	4	3	1	5	1	14
37	4	3	2	5	4	18
38	5	2	1	1	1	10
39	4	3	3	4	4	18

40	4	2	2	2	2	12
41	5	3	3	3	4	18
42	5	1	1	1	1	9
43	2	2	4	4	5	17
44	3	2	2	2	2	11
45	3	3	3	3	3	15
46	4	1	3	4	2	14
47	5	2	5	4	2	18
48	5	3	1	3	1	13
49	3	4	4	5	3	19
50	4	3	2	4	3	16
51	1	1	1	1	1	5
52	3	1	1	1	1	7
53	3	3	5	3	3	17
54	5	3	3	5	3	19
55	3	3	1	3	3	13
56	5	5	5	5	1	21
57	2	2	1	1	1	7
58	3	2	3	3	3	14
59	3	3	1	3	3	13
60	3	2	1	2	2	10
61	5	3	5	4	2	19
62	3	1	5	3	3	15
63	1	2	2	2	3	10
64	5	5	1	5	1	17
65	3	4	5	4	5	21
66	1	1	1	1	1	5
67	4	3	5	3	3	18
68	3	3	3	3	3	15
69	5	4	1	4	3	17
70	1	1	5	1	1	9
71	3	3	2	3	2	13
72	5	4	4	4	4	21
73	4	3	3	2	2	14
74	4	3	3	3	3	16
75	4	3	2	3	3	15
76	4	4	4	4	4	20
77	4	3	2	3	3	15
78	4	4	5	5	4	22
79	4	4	4	4	4	20
80	3	3	1	5	3	15
81	2	1	3	1	5	12
82	3	3	5	4	4	19
83	2	2	5	3	5	17

84	5	4	2	3	3	17
85	4	3	4	5	4	20
86	5	3	5	3	5	21
87	5	3	3	5	3	19
88	4	3	2	3	2	14
89	3	3	5	3	5	19
90	3	3	3	3	3	15
91	3	1	3	5	2	14
92	3	5	4	5	5	22
93	3	4	5	5	4	21
94	5	3	5	4	5	22
95	3	5	5	5	4	22
96	3	5	3	3	5	19
97	4	5	5	5	5	24
98	4	5	3	3	3	18
99	4	3	4	5	5	21
100	3	5	5	4	4	21
101	4	5	4	4	5	22
102	4	5	3	4	4	20
103	3	3	4	5	3	18
104	4	5	4	3	5	21
105	3	5	3	5	5	21
106	4	3	4	3	3	17
107	4	3	4	3	3	17
108	4	5	5	5	5	24
109	4	5	3	4	4	20
110	3	5	5	3	5	21
111	4	5	4	3	5	21
112	5	5	5	5	4	24

Lampiran 4 : Hasil Output Uji Deskriptif

1. Hasil Uji Deskriptif Responden

		JENIS KELAMIN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	46	41.1	41.1	41.1
	Perempuan	66	58.9	58.9	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

UNIVERSITAS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	UIN SEMARANG	28	25.0	25.0	25.0
	UIN SURAKARTA	16	14.3	14.3	39.3
	UIN PEKALONGAN	16	14.3	14.3	53.6
	UIN SALATIGA	18	16.1	16.1	69.6
	UIN PURWOKERTO	24	21.4	21.4	91.1
	IAIN KUDUS	10	8.9	8.9	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

INTENSITAS PENGGUNAAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<5 KALI	63	56.3	56.3	56.3
	6-10 KALI	41	36.6	36.6	92.9
	> 11 KALI	8	7.1	7.1	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TOTAL_X1	112	6	30	21.97	5.870
TOTAL_X2	112	6	30	22.95	5.888
TOTAL_X3	112	4	20	14.39	3.343
TOTAL_Y	112	5	25	18.96	5.053
Valid N (listwise)	112				

Lampiran 5 : Hasil Output Uji Validitas

1. Variabel X1

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
X1.1	Pearson Correlation	1	.838**	.734**	.829**	.774**	.722**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X1.2	Pearson Correlation	.838**	1	.759**	.784**	.661**	.651**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X1.3	Pearson Correlation	.734**	.759**	1	.716**	.714**	.637**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X1.4	Pearson Correlation	.829**	.784**	.716**	1	.844**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X1.5	Pearson Correlation	.774**	.661**	.714**	.844**	1	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112	112	112
X1.6	Pearson Correlation	.722**	.651**	.637**	.702**	.785**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112

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

2. Variabel X2

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
X2.1	Pearson Correlation	1	.843**	.808**	.731**	.779**	.780**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X2.2	Pearson Correlation	.843**	1	.892**	.813**	.901**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X2.3	Pearson Correlation	.808**	.892**	1	.875**	.889**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X2.4	Pearson Correlation	.731**	.813**	.875**	1	.890**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X2.5	Pearson Correlation	.779**	.901**	.889**	.890**	1	.800**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112	112	112
X2.6	Pearson Correlation	.780**	.784**	.785**	.739**	.800**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112

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

3. Variabel X3

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
X3.1	Pearson Correlation	1	.585**	.636**	.425**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112
X3.2	Pearson Correlation	.585**	1	.501**	.440**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112
X3.3	Pearson Correlation	.636**	.501**	1	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112
X3.4	Pearson Correlation	.425**	.440**	.732**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112

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

5. Variabel Y

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Keputusan
Y1.1	Pearson Correlation	1	.768**	.778**	.774**	.828**	.912**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
Y1.2	Pearson Correlation	.768**	1	.821**	.795**	.770**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
Y1.3	Pearson Correlation	.778**	.821**	1	.775**	.772**	.911**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
Y1.4	Pearson Correlation	.774**	.795**	.775**	1	.791**	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
Y1.5	Pearson Correlation	.828**	.770**	.772**	.791**	1	.915**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112	112	112
Keputusan	Pearson Correlation	.912**	.910**	.911**	.907**	.915**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112

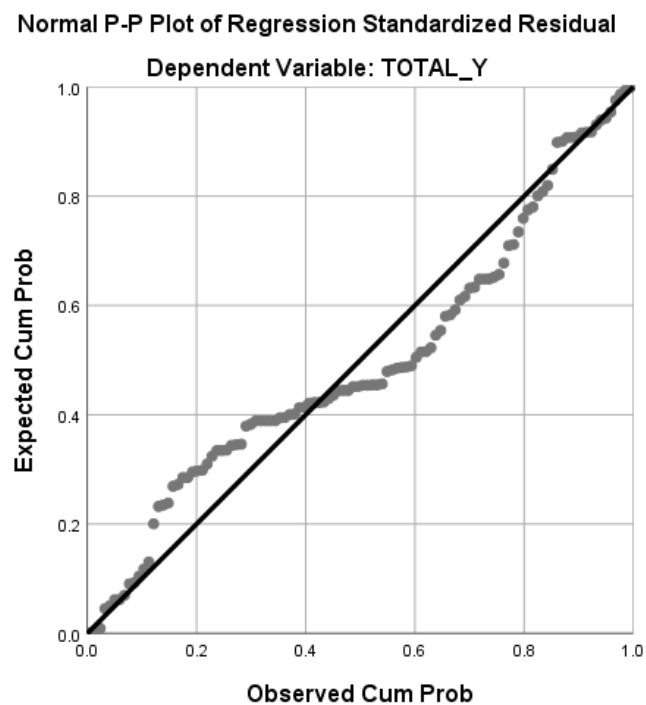
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 6 : Hasil Output Uji Realibilitas

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.949	23

Lampiran 7 : Hasil Output Uji Normalitas P-Plot



Lampiran 8 : Hasil Output Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.30433310
Most Extreme Differences	Absolute	.114
	Positive	.111
	Negative	-.114
Test Statistic		.114
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

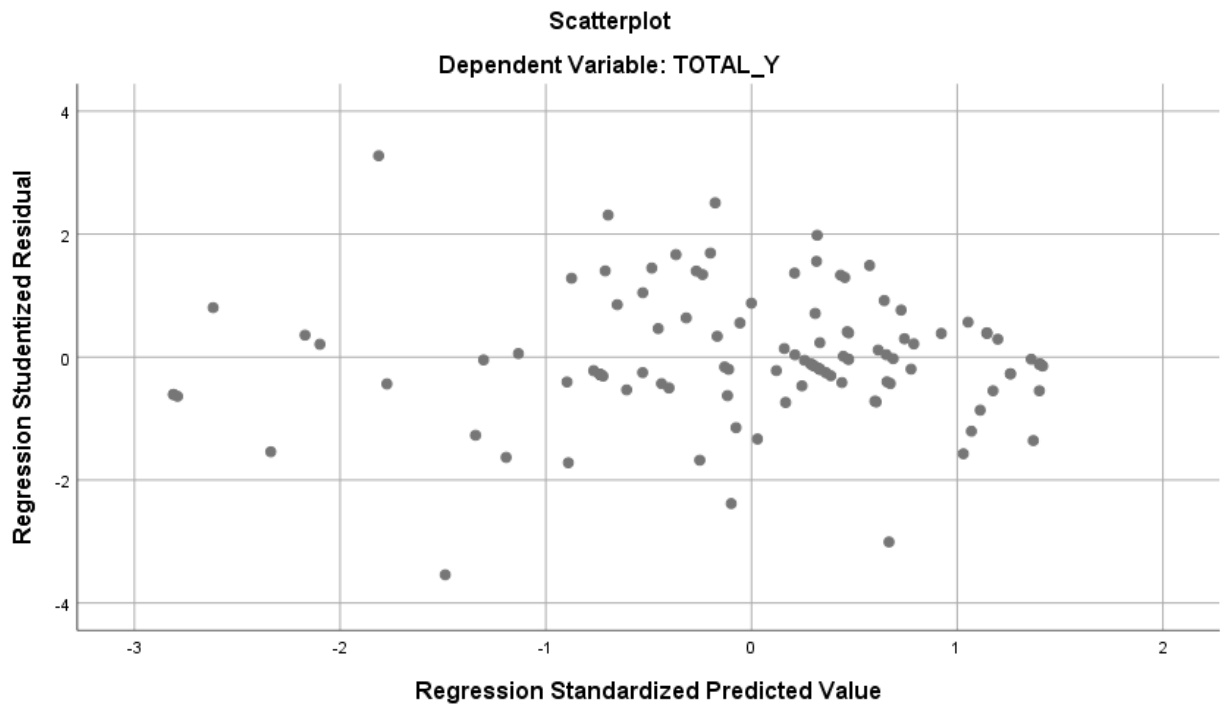
Lampiran 9 : Hasil Output Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.661	1.172		1.417	.159		
	X1	.645	.061	.749	10.614	.000	.386	2.588
	X2	.147	.061	.172	2.428	.017	.385	2.599
	X3	-.015	.044	-.015	-.332	.741	.990	1.010

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 10 : Hasil Output Uji Heterokedastisitas



Lampiran 11 : Hasil output Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.028	.971		2.088	.039
	TOTAL_X1	.774	.092	.900	8.388	.000
	TOTAL_X2	.246	.081	.286	3.026	.003
	TOTAL_X3	-.397	.219	-.263	-1.817	.072

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Lampiran 12 : Hasil Output Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2244.453	3	748.151	137.088	.000 ^b
	Residual	589.405	108	5.457		
	Total	2833.857	111			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Resiko , Media Sosial, Literasi Digital

Lampiran 13 : Hasil Output Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.890 ^a	.792	.786	2.336

a. Predictors: (Constant), Persepsi Resiko , Media Sosial, Literasi Digital

Lampiran 14 : Hasil Output Uji Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.028	.971		2.088	.039
	TOTAL_X1	.774	.092	.900	8.388	.000
	TOTAL_X2	.246	.081	.286	3.026	.003
	TOTAL_X3	-.397	.219	-.263	-1.817	.072

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Bahwa yang bertanda tangan dibawah ini :

DATA PRIBADI

Nama : Muhammad Reza
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat, tanggal lahir : Bekasi, 5 Oktober 2002
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Kp. Sempu RT 005/004 Kec. Cikarang Utara Kab. Bekasi
No. Hp : 08979038116
Email : reza02084@gmail.com

DATA ORANG TUA

Nama : Manin
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Wirausaha
Nama : Mamah Mariamah
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Ibu rumah tangga
Alamat : Kp. Sempu RT 005/004 Kec. Cikarang Utara Kab. Bekasi

PENDIDIKAN FORMAL

SDIT Riyadlul Jannah
MTS Nurul Huda
SMAN 2 Cikarang Utara
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

PENGALAMAN

Pengurus Himpunan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah 2021
Pengurus PMII Rayon Ekonomi 2022
Pengurus Himpunan Mahasiswa Jawa Barat 2021-2022
Ketua Umum Himpunan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah 2022
Wakil Ketua Unit Kegiatan Mahasiswa EBI Sport 2022
Presidium Nasional Ikatan Mahasiswa Perbankan Syariah Indonesia 2022-2024
Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2023

Program Magang MBKM di BAZNAS Provinsi Jawa Tengah 2023.

PRESTASI

Juara 4 Lomba National Call of Papper Competition UIN Datokorama Palu 2022

Harapan 1 Lomba Papper Nasional STAIS Pasuruan 2023

Juara 3 Nasional Call of Papper Musyawarah Wilayah IV UIN Datokarama Palu