

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEAMANAN, DAN FITUR
LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN
LAYANAN BSI *MOBILE***

(Studi pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang Angkatan 2020-2022)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Strata S.1 Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh:

AJI MUHAMMAD RYANTO

NIM:1905036130

**PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2024



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

Jl. Prof. DR. HAMKA (Kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdr. Aji Muhammad Ryanto

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Aji Muhammad Ryanto

NIM : 1905036130

Program Studi : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Layanan BSI Mobile (Studi pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang Angkatan 2020-2022).

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I

Dr. Choirul Huda, M.Ag
NIP. 19760109200501100

Semarang, 24 Januari 2024

Pembimbing II

Fita Nurotul Faizah, M.E.
NIP. 199405032019032026



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus III Ngaliyan Semarang 50185 Telp./Fax. : (024) 7601291
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Nama : Aji Muhammad Ryanto
NIM : 1905036130
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : **Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Layanan BSI Mobile (Studi pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang Angkatan 2020-2022)**

Telah diujikan dalam sidang *munaqosyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat Cumlaude/Baik/Cukup, pada tanggal : **6 Juni 2024**

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2023/2024.

Semarang, 8 Juli 2024

Ketua Sidang,

Suhirman, M.A.Ek.
NIP. 198412122019031010

Penguji Utama I,

Singgih Muheramtohad, M.E.I.
NIP. 198210312015031003

Pembimbing I,

Dr. Choirul Huda, M.Ag.
NIP. 197601092005011002

Sekretaris Sidang,

Fita Nurotul Faizah, M.E.
NIP. 199405032019032026

Penguji Utama II,



Siti Nurgaini, S.Sos.I. M.Si.
NIP. 198312012015032004

Pembimbing II,

Fita Nurotul Faizah, M.E.
NIP. 199405032019032026

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

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

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. Orang tua tercinta, Ayah Eko Purwanto dan Ibu Yenni Yusnita, yang selalu mengiringi setiap langkah saya dengan selalu memberikan kasih sayang, dukungan, nasihat, dan doa yang tak kenal lelah mereka panjatkan untuk saya. Semoga Allah senantiasa memberikan kesehatan dan memperlancar segala urusan Ayah dan Ibu. Terimakasih atas segala doa dan dukungan serta motivasi yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Adikku, Aldi Dwi Ryanto yang saya sayangi, terima kasih sudah menemani dan mendoakan saya. Semoga Adik sukses selalu
3. Almamater Tercinta terkhusus S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

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, 27 Desember 2023

Deklarator



Aji Muhammad Ryanto

NIM. 1905036130

PEDOMAN TRANSLITERASI

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

a. Kata Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain’	...‘	Koma terbalik diatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	...'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

b. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri atas vokal tunggal dan rangkap.

1. Vokal Tunggal

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

2. Vokal Rangkap

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ...ي	Fathah dan ya	Ai	a dan i
◌ِ...و	Kasrah dan wau	Au	a dan i I

c. Vokal Panjang (*Maddah*)

Vokal panjang atau *Maddah* lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ا...ا	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
ي...ي	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis diatas
و...و	Dhammah dan wau	Ū	u dan garis diatas

d. Ta Marbuṭah

Transliterasinya menggunakan:

1. Ta Marbuṭah hidup, transliterasinya adalah *t*.
Contoh: الرَّوَضَةُ الْأَطْفَالُ dibaca raudatul atfāl
2. Ta Marbuṭah mati, transliterasinya adalah *h*.
Contoh: الرَّوَضَةُ الْأَطْفَالُ dibaca arraudhah
3. Ta Marbuṭah yang diikuti kata sandang *al*
المَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ dibaca al-Madīnah al-Munawwarah/alMadīnatul Munawwarah

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf yang sama atau huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh: نَزَّلَ dibaca nazzala

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال namun dalam transliterasinya ini kata sandang dibedakan menjadi:

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah, yaitu kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah di transliterasikan sesuai dengan bunyinya.

Contoh: السِّفَاءُ dibaca asy-syifā

2. Kata sandang diikuti huruf qamariah, yaitu kata sandang yang di transliterasikan di depan dan sesuai pula bunyinya.

Contoh: القَلَمُ dibaca al-qalamu

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah di transliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak di lambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh: تَأْخُذُونَ dibaca ta' khuḏūna

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya penulisan kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *harf*, ditulis terpisah, hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazimnya di rangkaiakan dengan kata lain. Karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaiakan juga dengan kata yang lain yang mengikutinya.

Contoh: إِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّزَاقِينَ dibaca innallāha lahuwa khairurrāziqīn

ABSTRAK

Saat ini dunia telah memasuki era globalisasi, perkembangan teknologi yang semakin maju membawa perubahan yang besar dalam berbagai sektor salah satunya yaitu sektor bisnis, yang memunculkan persaingan ketat. Saat ini Bank Syariah Indonesia terdapat layanan digital yang disebut *BSI Mobile*. *BSI Mobile* mampu memberikan akses yang terkoneksi dalam berbagai aktivitas transaksi yang dilakukan nasabah. Penelitian ini terfokus pada variabel kemudahan penggunaan, keamanan, dan fitur layanan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, keamanan, dan fitur layanan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan *BSI Mobile* dengan studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Metode dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis dengan cara Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, Analisis Regresi Linear Berganda, Uji R², Uji F, dan Uji t. Adapun subjek penelitian adalah mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang yang berstatus aktif pada tahun 2023 angkatan 2020-2022 yang berjumlah 1.533 orang. Pengukuran sampel menggunakan Purposive Sampling yaitu menentukan pengambilan sampel dengan kriteria tertentu. Sampel yang ada dihitung dengan menggunakan rumus Slovin sehingga mendapat responden berjumlah 94 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, keamanan, dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang menggunakan *BSI Mobile*. Hasil ini dibuktikan dengan hasil uji t pada variabel kemudahan penggunaan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang menggunakan *BSI Mobile*, diperoleh t hitung sebesar $3,230 > 1,982$ serta nilai signifikan $0,002 < 0,05$. Selanjutnya variabel keamanan yang juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang menggunakan *BSI Mobile*, dengan hasil uji t hitung dan t tabel sebesar $2,050 > 1,982$ serta nilai signifikansi $0,043 < 0,05$. Diikuti juga variabel fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang menggunakan *BSI Mobile*, dengan hasil t hitung dan t tabel sebesar $5,694 > 1,982$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci : kemudahan penggunaan, keamanan, fitur layanan, keputusan penggunaan, *BSI Mobile*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta perlindungan kepada semua hamba-Nya, sehingga sampai saat ini kita masih mendapatkan ketetapan Iman dan Islam. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Baginda Nabi Muhammad SAW yang senantiasa menjadi suri tauladan bagi umat manusia baik di dunia maupun di akhirat kelak.

Penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Layanan BSI *Mobile* (Studi pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Angkatan 2020-2022)”** disusun untuk memenuhi persyaratan akademik dalam menyelesaikan perkuliahan guna mendapatkan gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini banyak mendapatkan ide, dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai macam pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala keterbatasan dan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak, diantaranya:

1. Prof. Dr. H. Nizar, M,Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Nur Fatoni, M,Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Arif Efendi, SE, M.Sc. selaku ketua jurusan Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang.
4. Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag. selaku dosen wali yang telah memberikan arahan dan saran dari awal perkuliahan hingga proses penyelesaian skripsi ini.
5. Dr. Choirul Huda, M.Ag. selaku Pembimbing I yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran yang sangat berharga dan selalu memberikan motivasi dan mengarahkan penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
6. Fita Nurotul Faizah, M.E.. selaku Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran yang sangat berharga dan selalu memberikan motivasi dan mengarahkan penulis sehingga penulisan ini dapat terselesaikan.

7. Segenap Bapak/Ibu Dosen beserta staf karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang senantiasa telah memberikan banyak ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama proses perkuliahan dari awal hingga selesai.
8. Seluruh keluarga besar penulis terutama Ayah Eko Purwanto dan Ibu Yenni Yusnita selaku orang tua, serta adik kandung saya Aldi Dwi Ryanto yang telah memberikan dukungan serta mendoakan yang tiada hentinya. Terima kasih atas segala kasih sayang dan perhatiannya selama ini, semoga selalu senantiasa diberikan kesehatan, keberkahan dan dalam lindungan Allah SWT.
9. Seluruh Nasabah BSI pengguna BSI *Mobile* pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo angkatan 2020-2022 yang telah meluangkan waktu untuk membantu dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
10. Seluruh sahabat dan teman-teman seperjuangan khususnya kelas PBAS D Angkatan 2019 yang telah memberikan banyak bantuan, dukungan dan semangat sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi.
11. Seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung sudah banyak membantu berkontribusi dan tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Atas segala kebaikan yang telah mereka berikan kepada penulis Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan mereka serta mempermudah semua urusan mereka. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan baik dari segi isi, bahasa, maupun penulisan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki menjadi lebih baik. Penulis berharap semoga skripsi ini bisa memberi manfaat, menambah referensi, dan menginspirasi bagi para pembaca.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 27 Desember 2023

Penulis,

Aji Muhammad Ryanto

NIM. 1905036130

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vii
ABSTRAK.....	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Theory of Planned Behavior.....	10
2.2 Keputusan Penggunaan	11
2.2.1 Pengertian Keputusan Penggunaan	11
2.2.2 Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Penggunaan	12
2.2.3 Indikator Keputusan Penggunaan.....	13
2.2.4 Keputusan Penggunaan dalam Islam.....	15
2.3 Kemudahan Penggunaan	16
2.3.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan	16
2.3.2 Indikator Kemudahan Penggunaan.....	17
2.3.3 Faktor-Faktor Kemudahan Penggunaan	18
2.3.4 Kemudahan dalam Perspektif Islam.....	18
2.4 Keamanan.....	19

2.4.1	Pengertian Keamanan.....	19
2.4.2	Indikator dalam keamanan penggunaan mobile banking	21
2.4.3	Keamanan dalam Perspektif Islam	22
2.5	Fitur Layanan	23
2.5.1	Definisi Fitur Layanan.....	23
2.5.2	Indikator Fitur Layanan.....	24
2.6	<i>Mobile Banking</i> (BSI <i>Mobile</i>).....	25
2.6.1	Pengertian <i>Mobile Banking</i>	25
2.6.2	Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i>	26
2.6.3	Kelebihan dan Kekurangan <i>Mobile banking</i> BSI (BSI <i>Mobile</i>).....	26
2.6.4	Cara Mendaftar BSI <i>Mobile</i>	27
2.7	Penelitian Terdahulu	28
2.8	Kerangka Teoritis.....	30
2.9	Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III	METODE PENELITIAN.....	33
3.1	Jenis Penelitian.....	33
3.2	Lokasi Penelitian.....	33
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.3.1	Populasi	34
3.3.2	Sampel.....	34
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5	Sumber Data.....	36
3.5.1	Data Primer.....	36
3.5.2	Data Sekunder	36
3.6	Teknik Analisis Data.....	36
3.6.1	Uji Validitas.....	37
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	37
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	37
3.6.4	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	39
3.6.5	Uji F (Pengaruh Simultan).....	39
3.6.6	Uji t (Pengaruh Parsial)	39
3.6.7	Regresi Linear Berganda	40
3.7	Definisi Operasional.....	40
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	43
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	43

4.1.1	Sejarah Berdiri Bank Syariah Indonesia.....	43
4.1.2	Visi Bank Syariah Indonesia	44
4.1.3	Misi Bank Syariah Indonesia.....	44
4.1.4	Identitas Perusahaan	44
4.1.5	Struktur Organisasi.....	44
4.2	Karakteristik Responden	46
4.3	Analisis Data	48
4.3.1	Uji Validitas.....	48
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	50
4.3.3	Uji Normalitas	51
4.3.4	Uji Multikolinieritas	51
4.3.5	Uji Heteroskedastisitas	52
4.3.6	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	53
4.3.7	Uji F.....	53
4.3.8	Uji t.....	54
4.3.9	Regresi Linier Berganda.....	55
4.4	Pembahasan.....	56
BAB V PENUTUP		59
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Keterbatasan Penelitian	59
5.3	Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA		62
LAMPIRAN		67
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Pra Survei	4
Gambar 1.2 Hasil Pra Survei	4
Gambar 1.3 Hasil Pra Survei	5
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	30

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 4.1 Struktur Organisasi.....	45
Tabel 4.2 Dewan Direksi BSI.....	45
Tabel 4.3 Struktur Organisasi BSI Pusat.....	46
Tabel 4.4 Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 4.5 Tahun Akademik Responden	47
Tabel 4.6 Program Studi Responden.....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	53
Tabel 4.11 Hasil Uji F	54
Tabel 4.12 Hasil Uji t	54

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Terdapat persaingan yang ketat di dunia usaha akibat dari banyaknya perubahan yang disebabkan oleh kemajuan teknis terkini, yang terjadi sebagai akibat dari era globalisasi saat ini. Bank syariah harus kreatif dalam pelayanan masyarakat agar dapat mengikuti perubahan iklim usaha, dan hal tersebut sangat dianjurkan untuk dilakukan pada masa kini. Setelah bersatunya BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan BNI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia, jumlah lembaga keuangan syariah tumbuh secara eksponensial. Akibat merger bank tersebut, Bank Syariah Indonesia kini memiliki lebih banyak aset dan basis klien yang lebih besar.¹

Dengan dimulainya revolusi industri keempat dan penekanan pada model digital dalam strategi perusahaan, bank syariah tidak lagi dapat mengelak dari upaya untuk mempercepat kemajuan teknologi. Berdasarkan laporan tahunan BSI, salah satu aspek penting yang masih dikembangkan adalah teknologi informasi yang menjadi kunci inovasi baik produk maupun layanan. Tujuan dari upaya pengembangan teknologi informasi BSI adalah untuk menyederhanakan perbankan bagi konsumen dan memberikan layanan terbaik kepada mereka.²

Berbagai layanan perbankan, termasuk “*e-banking*” (kependekan dari “*text message banking*”, “*phone banking*”, “*mobile banking*”, dan “*internet banking*”), semakin tersedia secara online sebagai akibat dari menjamurnya layanan perbankan. internet. Baik di rumah, di kantor, atau bahkan saat terjebak kemacetan, nasabah mempunyai kebebasan untuk melakukan berbagai transaksi menggunakan *e-banking*. Penggunaan telepon seluler dan internet telah menjadi gaya hidup karena keberadaannya di mana-mana dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan perangkat seluler untuk melakukan transaksi keuangan semakin meningkat.

Aplikasi *BSI Mobile* merupakan layanan digital yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia saat ini. *BSI Mobile* adalah aplikasi terintegrasi berbasis data

¹ Achmad Sani Alhusain, ‘Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional’, *Info Singkat: Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 13.3 (2021), 19–24.

² PT. Bank Syariah Indonesia, *Laporan Tahunan 2021*, 2021 <<https://ir.bankbsi.co.id/misc/AR/AR2021/ID/10/>>.

klien yang berada di bawah lingkup tugas Bank Syariah Indonesia. Kesenjangan layanan digital BSI *Mobile* mendorong pertumbuhan tahunan yang konsisten. Nasabah dapat memanfaatkan BSI *Mobile* untuk melakukan berbagai transaksi keuangan, bahkan saat tidak ingin keluar rumah. Akses terkoneksi terhadap beragam aktivitas transaksi konsumen menjadi hal yang dapat diandalkan BSI *Mobile*. Transfer, pembayaran, pembelian, detail rekening, Ziswaf (Zakat, Infaq, Shodaqoh, Wakaf), detail kantor cabang, layanan Islami (Juz Amma, Asmaul Husna, Hikmah, Kalkulator Qurban), dan lokasi ATM terdekat hanyalah beberapa di antaranya fitur-fitur yang tersedia di BSI *Mobile*.³ Oleh karena itu, nasabah mempertimbangkan untuk mengunduh aplikasi mobile banking Bank Syariah Indonesia untuk digunakan melakukan pembelian online ketika mereka tidak memiliki uang tunai. Layanan digital terpopuler, layanan digital BSI *Mobile*, menunjukkan pertumbuhan pelanggan.⁴

Mobile banking biasanya memerlukan kata sandi dan PIN untuk melanjutkan transaksi, sehingga pelanggan berasumsi bahwa hal itu mudah dan aman untuk privasi mereka. Seberapa sering Anda menggunakan aplikasi mobile banking merupakan indikator yang baik tentang seberapa nyaman dan aman aplikasi tersebut.

Pada akhir Agustus 2021, BSI *Mobile* memiliki lebih dari 2,7 juta pengguna, meningkat sebesar 79,4 % dibandingkan tahun sebelumnya, dan lebih dari satu juta pengguna aktif, meningkat sebesar 92,5 % dibandingkan tahun sebelumnya. Sejak Mei 2020 hingga Juni 2022, BSI *Mobile* mengalami pertumbuhan sebesar 81%, mencapai 4,47 juta pelanggan.⁵ PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) memperkirakan pada tahun 2022 akan ada 4,81 juta orang yang menggunakan aplikasi digital BSI *Mobile*. Jika kita membandingkan angka ini dengan periode yang sama pada tahun 2020, kita melihat peningkatan sebesar 39%. Saat ini, hampir seluruh klien dengan profil BSI melakukan aktivitas keuangannya

³ Dwita Febrianti and others, 'Penerapan Basis Data Pada Perusahaan Perbankan (Studi Kasus Penerapan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia)', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5.2 (2021), 3686–93.

⁴ PT. Bank Syariah Indonesia, *PT. Bank Syariah Indonesia Tbk 1H22 Presentation, 2022* <https://ir.bankbsi.co.id/newsroom/a6dfea5ca5_1841c0705f.pdf>.

⁵ Syahrizal Sidik, 'Gegara Ini, Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Melesat 98%', *CNBC Indonesia*, 2021 <<https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20210823140844-29-270488/gegara-ini-mobile-banking-bank-syariah-indonesia-melesat-98>>.

secara online. Dengan tambahan 10 juta pengguna pada Desember 2022, total jumlah transaksi BSI *Mobile* mencapai 266,43 juta atau meningkat 114% YoY.⁶

Pengguna harus menyadari bahwa ada juga kelemahan dari *mobile banking*. Salah satu kelemahannya adalah maraknya aktivitas kriminal online, seperti individu yang ceroboh membajak atau meretas sistem perbankan online.⁷ Seperti halnya dengan lembaga keuangan lainnya, bank syariah juga rentan terhadap serangan siber oleh hacker yang dapat menyebabkan gangguan pada pelayanan digital mereka. Gangguan tersebut dapat mencakup pencurian data nasabah, gangguan pada sistem perbankan, atau pencurian dana secara tidak sah. Selain menimbulkan ketidaknyamanan bagi nasabah, serangan hacker terhadap bank syariah juga dapat berdampak pada kerugian finansial dan kerugian reputasi bagi bank terkait.⁸

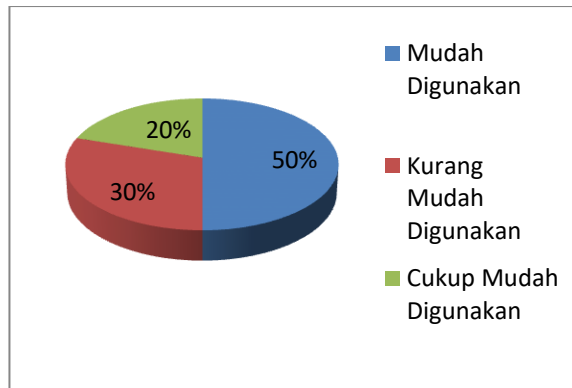
Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang tahun ajaran 2020–2022 yang menggunakan BSI *Mobile* akan berperan sebagai narasumber penelitian. Pasalnya, sebagai lembaga yang didirikan berdasarkan prinsip-prinsip Islam, FEBI UIN Walisongo Semarang memasukkan aspek pendidikan Islam ke dalam kurikulumnya, termasuk kelas Alquran dan Sunnah. Di antara banyak pilihan yang tersedia selama di universitas adalah pilihan untuk menggunakan aplikasi mobile banking. Selain itu, mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang memiliki pemahaman yang lebih baik tentang ekonomi syariah yang mencakup aspek keuangan syariah yang boleh dan dilarang. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang telah memilih bank syariah yang benar. Agar mahasiswa dapat menemukan bank yang sesuai prinsip syariah, hal ini berdampak pada aspek derajat penggunaan, keamanan, dan pelayanan layanan BSI *Mobile*.

⁶ Achmad Ghifari Firdaus, 'Pengguna BSI Mobile Capai 4,81 Juta, Melesat 39% Pada 2022', 2023 <<https://finance.wartaekonomi.co.id/read20283/pengguna-bsi-mobile-capai481-juta-melesat-39-pada-2022>>.

⁷ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012).

⁸ Vanesha Marcelliana and others, 'PENERAPAN PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP NASABAH PT. BANK SYARIAH INDONESIA DALAM KASUS KEBOCORAN DATA NASABAH', *Depositi: Jurnal Publikasi Ilmu Hukum*, 1.2 (2023), 180–94.

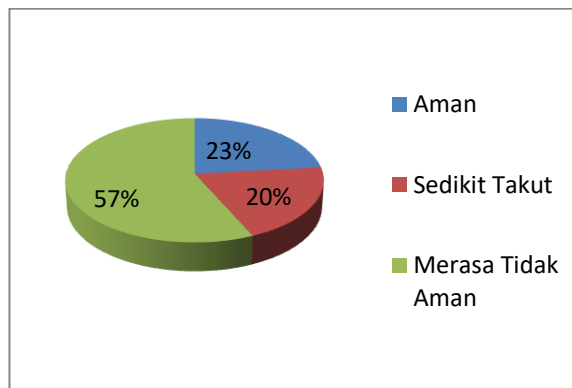
Gambar 1.1 Hasil Pra Survei



(Sumber: data diolah, 2023)

Dalam pra survey terhadap 30 pengguna BSI Mobile dari FEBI UIN Walisongo, peneliti menemukan bahwa 50% pengguna menganggap aplikasi ini mudah digunakan, 30% merasa kurang mudah, dan 20% merasa cukup mudah. Dengan hanya separuh pengguna yang melaporkan bahwa BSI Mobile mudah digunakan, jelas bahwa masih banyak pengguna yang kesulitan menggunakan aplikasi tersebut.⁹

Gambar 1.2 Hasil Pra Survei



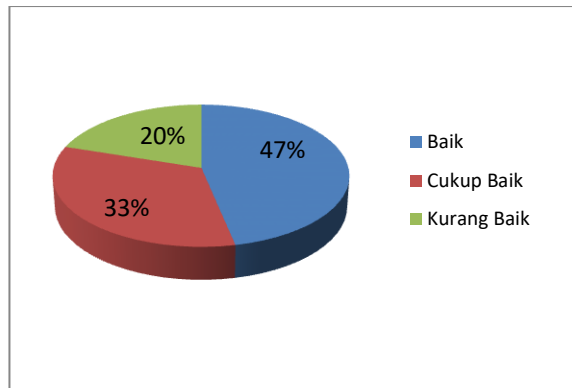
(Sumber: data diolah, 2023)

Selanjutnya hasil pra survei mahasiswa FEBI UIN Walisongo tentang masalah diretasnya sistem PT. Bank Syariah Indonesia, menunjukkan bahwa 57% responden merasa data yang mereka miliki tidak aman, 20% merasa sedikit takut dan hanya 23% yang merasa sudah aman.¹⁰

⁹ Pra Survei Kepada 30 Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang Pada 16 Desember 2023

¹⁰ Pra Survei Kepada 30 Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang Pada 16 Desember 2023

Gambar 1. 3 Hasil Pra Survei



(Sumber: data diolah, 2023)

Dalam pra survei ini juga diketahui 47% responden mengatakan bahwa fitur layanan BSI *Mobile* sudah baik, akan tetapi 33% mengatakan sudah cukup baik dan 20% mengatakan kurang baik. Dimana 20% responden berpendapat bahwa layanan BSI *Mobile* kurang baik dan jadi sebuah masalah sendiri yang mungkin bisa di cari tau apa saja yang menyebabkan mahasiswa berpendapat kurangnya fitur layanan BSI *Mobile*.¹¹

Kemudahan adalah kepercayaan seseorang ketika menggunakan sistem teknologi bukanlah kegiatan yang sulit atau menggunakan usaha besar.¹² Mengelola transaksi keuangan menjadi mudah dengan *mobile banking*. Dengan menyediakan layanan ini, lembaga keuangan dapat menghemat waktu dan tenaga konsumen dalam mengisi formulir berbagai transaksi, seperti transfer dana, pembayaran listrik, pinjaman, asuransi, dan lainnya. Pengguna *mobile banking* tidak perlu mengantri untuk bertransaksi dan bisa mendapatkan semua informasi yang mereka perlukan tentang bank dalam sekejap.¹³

Menurut hasil penelitian Arthika Rajaratnam menyatakan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*.¹⁴ sedangkan penelitian yang dilakukan

¹¹ Pra Survei Kepada 30 Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang Pada 16 Desember 2023

¹² Widjana Mahardika Aditya, *Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Bank Di Surabaya* (Surabaya: Rajawali, 2010).

¹³ Mahmudatus Sa'diyah and Nur Aziroh, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna Mobile Banking Di Bank Muamalat Indonesia 118 Kantor Cabang Pembantu Kudus', *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1 (2013), 118–44.

¹⁴ Arthika Rajaratnam, 'A Study on Perceived Ease of Use on Customers Adoption to Use Mobile Banking Services'.

Salsabila Linnatunnisa dan Rini Safitri menyatakan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile.¹⁵

Keamanan adalah kemampuan perusahaan untuk mengontrol dan menjaga keamanan transaksi data.¹⁶ Keamanan memberikan kemampuan sistem untuk mencegah penggunaan data secara ilegal atau tidak efisien untuk mencegah penjahat cyber dan peretas.¹⁷ Keamanan adalah hal terpenting yang dicari nasabah saat menyimpan uangnya ke bank. Karena banyaknya risiko, terutama transfer dana dan data melalui akses tidak sah, maka jika bank tidak dapat menjamin keamanannya banyak orang yang enggan melakukan transaksi online. Jika aplikasi mobile banking dapat meningkatkan keamanan informasi atau keamanan perbankan maka ketertarikan atau minat nasabah akan meningkat. Rasa aman dapat diungkapkan ketika seseorang menggunakan *mobile banking*.¹⁸

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Hamid dkk membuktikan bahwa keamanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan internet banking.¹⁹ Sama dengan itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Dandy Kurnia menyatakan bahwa keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.²⁰ Namun sebaliknya, penelitian yang dilakukan Ummi Khoiriyah dan Purnama menyatakan keamanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui BSI Mobile.²¹

Fitur layanan merupakan suatu produk sebagai fungsi dengan karakteristik yang berbeda. Dengan adanya fitur memilih suatu produk untuk memilih produk

¹⁵ Salsabila Linnatunnisa, 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Perceived Ease of Use Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Dengan Sikap Pengguna Sebagai Variabel Mediasi' (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2022).

¹⁶ Jamaludin Kamarudin, Nursiah Nursiah, and Melisa Novianti, 'Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan, Dan Resiko Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Kabupaten Mamuju)', *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1.2 (2022), 11–18.

¹⁷ Moh Faqih Afghani, Emma Yulianti, and Shah Ankit, 'Factors Influencing Online Banking Customer Satisfaction and Their Importance in Improving Overall Retention Levels: An Indian Banking Perspective', *Information and Knowledge Management*, 1.1 (2011), 113–28.

¹⁸ Afghani, Yulianti, and Ankit.

¹⁹ Abdul Hamid and Early Ridho Kismawadi, 'Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking', *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2020, 93–108.

²⁰ Dandy Kurnia, 'Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Banking Jenius Pt. Bank Tabungan Pensiun Nasional', *UG Journal*, 14.8 (2021).

²¹ Ummi Khoiriyah and Purnama Putra, 'Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.3 (2022), 2522–35.

yang diinginkannya dan bagi seorang pemasar fitur adalah kunci penting bagi perusahaan agar mereka dapat membandingkan dengan produk pesaing lainnya.²²

Selanjutnya, beberapa penelitian terkait variabel fitur layanan. Menurut penelitian Arif Pribadi dan Rachmat Gunawan menyebutkan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah pengguna *internet banking*.²³ Sama dengan itu, penelitian oleh Nurul Azizah dan Khusnul Fikriyah juga menyatakan bahwa fitur layanan memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan layanan bsi mobile.²⁴

Berdasarkan latar belakang diatas maka perlu dilakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan BSI Mobile (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka masalah yang akan diteliti oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menggunakan BSI *Mobile*?
2. Bagaimana keamanan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menggunakan BSI *Mobile*?
3. Bagaimana fitur layanan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menggunakan BSI *Mobile*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah:

1. Mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan BSI *Mobile*.

²² Risma Weti Aprilia, ‘Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Di Kabupaten Kebumen’ (Universitas Putra Bangsa, 2023).

²³ Arif Pribadi and Rachmat Gunawan, ‘Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi Kasus Bri Syariah Pusat)’, *Jurnal Visionida*, 6.2 (2020), 64–71.

²⁴ Nurul Azizah Aunillah Devy and Khusnul Fikriyah, ‘Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile Pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Dipenogoro’, *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2.1 (2022), 1386–98.

2. Mengetahui pengaruh keamanan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan *BSI Mobile*.
3. Mengetahui pengaruh fitur layanan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan *BSI Mobile*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Teoritis

- a. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi untuk menambah ilmu pengetahuan pembaca.

- b. Peneliti Berikutnya

Bagi peneliti berikutnya, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi bagi peneliti yang akan meneliti tentang keputusan mahasiswa menggunakan *BSI Mobile*.

2. Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat menjadi masukan bagi berbagai pihak antara lain:

- a. Bagi Mahasiswa Perbankan Syariah

Dapat menjadi literatur bagi kalangan pelajar dalam menggunakan pelayanan perbankan dalam melakukan transaksi dengan teknologi yang modern.

- b. Bagi Masyarakat

Dapat dijadikan bahan informasi untuk menambah ilmu pengetahuan masyarakat mengenai kemudahan penggunaan, keamanan, dan fitur layanan terhadap keputusan nasabah menggunakan *BSI Mobile*.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini lebih mudah untuk dibaca dan dipahami, peneliti menulis sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab I berisi tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN TEORI

Bab II berisi tentang Teori, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, Hipotesis Penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab III berisi tentang Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Populasi dan Sampel, Metode Pengumpulan Data, Metode Analisis Data, dan Definisi Operasional Variabel.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV berisi tentang Hasil Analisis Deskriptif, Uji Kualitas Data (Validitas dan Reliabilitas), Hasil Uji Asumsi Klasik, Hasil Uji Regresi Linear Berganda, Hasil Pengujian Hipotesis, Pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab V merupakan bagian akhir penelitian yang berisi penutup yang mencakup tentang kesimpulan dari seluruh penelitian, dan saran.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior diperkenalkan oleh Icek Azjen pada tahun 1991 yang merupakan pengembangan lebih lanjut dari Theory of Reasoned Action. Theory of Planned Behavior ini adalah kerangka berpikir yang konseptual digunakan untuk menjelaskan determinan pada perilaku tertentu.²⁵ Teori tersebut umumnya menjelaskan alasan seseorang dapat melakukan tindakan tertentu. Theory planned of behavior dapat menjelaskan dasar dari seseorang melakukan tindakan tertentu dengan arti bahwa perilaku tercipta karena adanya niat (*intention*).²⁶

Terdapat tiga konsep yang disajikan dalam Theory of Planned Behavior yaitu norma subyektif, sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), dan kontrol perilaku yang dirasakan. Konsep mengenai sikap terhadap perilaku mengacu pada bagaimana seseorang membuat evaluasi positif atau negatif dari perilaku. Konsep selanjutnya yaitu norma subyektif, norma ini merujuk pada tekanan sosial yang dirasakan untuk bertindak atau tidak bertindak terhadap suatu perilaku. Tekanan sosial ini bisa timbul dari pengaruh berupa referensi-referensi penting seperti keluarga, orang tua, teman, aktivitas, minat dan pendapat. Kemudian konsep kontrol perilaku dapat berupa pada persepsi orang tentang kemampuan mereka untuk melakukan perilaku tertentu.²⁷

Dalam konteks keputusan penggunaan, Theory of Planned Behavior menyatakan bahwa niat individu untuk menggunakan suatu produk atau layanan, seperti BSI *Mobile*, dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kendali perilaku. Jika seseorang memiliki sikap positif terhadap penggunaan BSI *Mobile*, merasa bahwa orang-orang penting dalam hidupnya mendukung penggunaannya, dan percaya bahwa mereka memiliki kendali atas penggunaannya, maka kemungkinan besar mereka akan memiliki niat yang kuat untuk menggunakan layanan tersebut. Dengan demikian, Theory of Planned Behavior membantu menjelaskan dan memprediksi

²⁵ Rianti Hikmah Ramadhani, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara)' (Universitas Sumatera Utara, 2019).

²⁶ Suci Sulistiyarini, 'Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory of Planned Behavior (TPB)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1.2 (2012), 1689–99.

²⁷ Ramadhani.

keputusan penggunaan BSI *Mobile* berdasarkan faktor-faktor psikologis yang mempengaruhinya.

2.2 Keputusan Penggunaan

2.2.1 Pengertian Keputusan Penggunaan

Dalam karya novel Rizki, Muhammad Rokibul Kabir mengungkapkan bahwa keputusan menggunakan suatu layanan merupakan hasil dari pertimbangan yang melibatkan berbagai aspek, termasuk faktor fisik, emosional, rasional, praktis, interpersonal, dan struktural. Dalam konteks ini, pelanggan melakukan evaluasi terhadap sejumlah faktor sebelum akhirnya memilih untuk memanfaatkan layanan tersebut.²⁸ Menurut Rajeev Kumra, keputusan untuk menggunakan suatu produk bergantung pada kebutuhan atau keinginan yang harus dipenuhi melalui suatu proses pengambilan keputusan. Proses ini dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang memengaruhi nasabah. Nasabah akan melakukan pencarian informasi mendalam terkait penawaran suatu produk, menganalisisnya untuk menentukan sejauh mana produk tersebut dapat memenuhi tuntutan atau keinginan mereka. Setelah melalui tahap ini, konsumen akan memutuskan apakah akan menggunakan produk tersebut atau tidak.²⁹ Di sisi lain, menurut Khoiriyah Pengambilan keputusan adalah langkah pemilihan diantara dua atau lebih opsi pilihan, artinya pelanggan yang ingin membeli dan menggunakan produk setidaknya memiliki dua atau lebih opsi pilihan.³⁰

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

²⁸ Novela Rizki Lestari, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Internet Banking Nasabah Bank BRI Di Surabaya', *Perbanas Journal of Business and Banking*, 8.1 (2018), 521131.

²⁹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2013).

³⁰ Khoiriyah and Putra.

2.2.2 Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Penggunaan

Pengambilan keputusan seseorang dipengaruhi oleh 3 aspek utama: nilai individu, kepribadian, dan kecenderungan untuk mengambil resiko, berikut penjelasannya:³¹

1. Nilai Individu

Proses pengambilan keputusan merujuk pada keyakinan mendasar yang diterapkan oleh individu ketika menghadapi suatu situasi yang memerlukan keputusan. Sejak masa kecil, nilai-nilai ini ditransmisikan melalui contoh yang diberikan oleh keluarga dan lingkungan tempat tinggalnya. Dalam banyak situasi, individu tersebut mungkin bahkan tidak mempertimbangkan untuk mengkritik atau menilai dengan negatif, lebih memilih fokus pada potensi hasil positif. Orang yang memiliki karakter dan dedikasi yang kuat selama proses pengambilan keputusan cenderung lebih terampil dalam membuat keputusan yang tepat.

2. Kepribadian

Faktor ini mencakup aspek psikologis yang memiliki dampak pada proses pengambilan keputusan. Berbagai aspek ideologis turut memengaruhi pengambilan keputusan. Oleh karena itu, mereka yang membuat keputusan dan pihak-pihak terkait bergantung pada faktor-faktor yang dapat meningkatkan kekuatan pribadi mereka.

3. Berani mengambil Resiko

Keberanian dalam menghadapi risiko menjadi faktor kunci. Untuk meningkatkan keterampilan pengambilan keputusan, individu perlu membandingkan antara situasi yang tidak pasti dan berbahaya. Kedua kondisi tersebut menuntut keputusan yang berbeda. Ketidakpastian mencerminkan kurangnya pengetahuan mengenai konsekuensi tindakan, sementara risiko menunjukkan ketidakmampuan untuk mengontrol akibat dari suatu tindakan. Asumsinya adalah bahwa para pengambil keputusan menyadari konsekuensi tindakan mereka, meskipun mereka tidak dapat mengendalikannya sepenuhnya. Memutuskan dalam kondisi ketidakpastian lebih sulit dibandingkan dengan situasi berbahaya. Karena ketidakpastian tersebut, pengambil keputusan tidak memiliki alasan yang jelas untuk memilih suatu keputusan dibandingkan dengan yang lain.

³¹ Resta Andriana Putri, Hade Afriansyah dan Rusdinal (2019), "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi dalam Pengambilan Keputusan*" Karya Ilmiah: Universitas Negeri Padang Indonesia, Hal. 2.

Selain itu, menurut John D. Miller dalam Murtono menjabarkan beberapa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan:³²

1. Gender pria atau Wanita

Setiap individu memiliki perbedaan yang dapat diidentifikasi melalui jenis kelaminnya, baik sebagai pria atau wanita. Keduanya cenderung memiliki pemikiran yang berlawanan, dengan pria umumnya menunjukkan sifat tegas dan bijaksana, sementara wanita cenderung mengikuti emosinya. Karena alasan itu, gender dianggap sebagai faktor yang memengaruhi proses pengambilan keputusan.

2. Peranan pengambilan keputusan

Faktor-faktor yang memengaruhi kesuksesan dalam mengambil keputusan juga mencakup pertimbangan terhadap peran masalah yang akan dipecahkan. Peran yang kurang efektif dalam pengambilan keputusan dapat menjadi hambatan bagi pencapaian keputusan yang baik.

3. Keterbatasan kemampuan

Keterbatasan dalam kemampuan dapat menghambat kecepatan pengambilan keputusan yang akurat. Keputusan yang tepat memerlukan dasar informasi yang memadai, seperti berita dan informasi lainnya, yang memudahkan analisis pada tahap awal.

2.2.3 Indikator Keputusan Penggunaan

Menurut Kotler dalam Wibowo dan Priansa indikator dari keputusan penggunaan yaitu:³³

1. Pengenalan kebutuhan, merupakan tahap identifikasi keperluan yang belum terpenuhi. Langkah pengambilan keputusan dimulai ketika konsumen menyadari adanya masalah atau kebutuhan yang harus diatasi. Kebutuhan ini muncul karena ada respons positif baik dari faktor internal maupun eksternal. Respons ini kemudian mengakibatkan munculnya suatu kebutuhan yang melekat pada konsumen. Selanjutnya, konsumen akan mencari produk atau barang yang sudah dikenal guna memenuhi kebutuhan tersebut.

³² Imam Murtono, *Pengambilan Keputusan Dalam Organisasi* (Jakarta: Lembaga Pengembangan Tenaga Pendidikan, 2009).

³³ Lili Adi Wibowo and Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran* (Bandung: Alfabeta, 2017).

2. Pencarian informasi, di mana konsumen mencari informasi tambahan mengenai kebutuhan yang diinginkan. Untuk memahami apa dan bagaimana cara membeli, konsumen aktif melakukan pencarian informasi dari berbagai sumber, termasuk individu, bisnis, aspek sosial, dan pengalaman sebelumnya dengan produk tersebut. Konsumen yang sudah tertarik dapat melakukan pencarian informasi dengan cara yang aktif atau hanya mencari informasi yang akan diingat.
3. Evaluasi alternatif, proses ini melibatkan penentuan tujuan pembelian dan pertimbangan alternatif pembelian. Penilaian konsumen pada tahap ini bervariasi karena dipengaruhi oleh opsi fitur produk dan keinginan atau tidak keinginan tertentu. Informasi yang diperoleh pada fase ini digunakan untuk mengevaluasi alternatif produk yang ada dalam kumpulan ide. Pada titik ini, konsumen dapat membentuk niat beli terhadap produk yang diinginkan.
4. Keputusan penggunaan, adalah proses pengambilan keputusan di mana konsumen menentukan apakah akan memilih atau tidak memilih sesuatu. Saat membuat keputusan, konsumen harus mempertimbangkan berbagai opsi, seperti jenis produk, merek, kualitas, model, waktu, harga, dan metode pembayaran. Terkadang, pihak lain dapat memengaruhi keputusan akhir, sehingga keputusan awal dapat berubah dengan cepat.
5. Perilaku pasca pembelian, adalah langkah selanjutnya di mana setelah memilih produk, konsumen menilai sejauh mana produk tersebut memenuhi kebutuhan mereka. Pengalaman konsumen dalam mengonsumsi produk yang telah dibeli menjadi faktor kunci. Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan seseorang terkait dengan sejauh mana perbedaan antara ekspektasi dan realitas yang dihadapinya. Jika nilai produk sesuai dengan ekspektasi, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Apabila nilai produk melebihi ekspektasi, konsumen akan sangat puas dengan produk tersebut. Sebaliknya, jika nilai produk kurang sesuai dengan ekspektasi, konsumen merasa kurang puas.

2.2.4 Keputusan Penggunaan dalam Islam

Menurut Muhammad Syakir Sula dalam suatu pekerjaan yang berfokus pada niat dan tujuan yang ingin dicapai, perusahaan menjalankan kegiatan pemasarannya dengan maksud untuk meraih keuntungan. Namun, dalam kerangka prinsip hukum syariah, pendekatan pemasaran ini diharapkan didasarkan pada semangat beribadah kepada Tuhan Yang Maha Esa. Prinsip utamanya adalah berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai kesejahteraan bersama, bukan semata-mata untuk kepentingan kolektif atau pribadi.³⁴

Dalam perspektif Islam, ketika membahas pengambilan keputusan, tidak hanya sebatas pada perkembangan dari sisi material suatu organisasi. Namun, harus mampu melihat aspek lainnya, sebagaimana yang diajarkan dalam ajaran Islam mengenai *hablumminallah* (hubungan baik dengan Allah), *hablumminannas* (hubungan baik dengan sesama manusia), dan terakhir adalah *hablumminal-alam* (hubungan baik dengan alam).³⁵ Keterlibatan dalam proses apapun Allah SWT melarang umatnya dalam kerugian, seperti halnya dalam aktifitas pembelian. Manusia harus dapat membedakan antara kebutuhan dengan keinginan, antara yang baik dan yang buruk. Hal ini juga dibenarkan firman Allah SWT dalam surat :

QS an-Nisa ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*“Hai orang-orang yang beriman, Jangan kamu memakan harta-harta saudaramu dengan cara yang batil, kecuali harta itu diperoleh dengan jalan dagang yang ada saling kerelaan dari antara kamu. Dan jangan kamu membunuh diri-diri kamu, karena sesungguhnya Allah Maha Pengasih kepadamu”.*³⁶

QS Al-Maidah ayat 100

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

³⁴ Hermawan Kartajaya and Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006).

³⁵ Rismanto “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Pada CV. Rabbani Asysa Kota Bengkulu” Skripsi IAIN Bengkulu 2016

³⁶ Tafsir Syekh. H. Abdul Halim Hasan Binjai

“Katakanlah -wahai Rasul-, "Tidaklah sama antara sesuatu yang baik dan sesuatu yang buruk dilihat dari sisi mana pun, walaupun sesuatu yang buruk itu banyak jumlahnya. Karena banyaknya jumlah sesuatu tidak menunjukkan kemuliaannya. Maka bertakwalah kalian -wahai orang-orang yang berakal sehat- kepada Allah dengan meninggalkan sesuatu yang buruk dan melakukan sesuatu yang baik. Mudah-mudahan kalian berhasil mendapatkan Surga.”³⁷

Ayat tersebut menjelaskan bahwa dalam proses pengambilan keputusan pembelian, disarankan untuk menyelidiki informasi dengan cermat dan hati-hati, serta mengevaluasi apakah produk tersebut memberikan manfaat atau justru menimbulkan kerugian. Sebagai konsumen, Anda dapat memutuskan apakah akan membeli atau tidak berdasarkan penilaian ini. Tujuannya adalah agar konsumen tidak mengalami kerugian dan merasa puas dengan keputusan yang diambil.

2.3 Kemudahan Penggunaan

2.3.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan

Nasri dan Charfeddine mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan bahwa saat menggunakan produk terbaru, produk tersebut tidak sulit digunakan dan mudah dimengerti.³⁸ Jogiyanto berpendapat bahwa persepsi kemudahan penggunaan atau *ease of use Perception* adalah sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan sistem baru dapat dilakukan tanpa memerlukan usaha tambahan. Tingkat pemahaman teknologi sederhana tercermin dalam sejauh mana individu yakin bahwa mereka dapat memahaminya dengan mudah.³⁹ Senada dengan itu, Ramadhan menyatakan kemudahan penggunaan adalah bagaimana orang yakin bahwa akan produk yang dipakai tidak sulit diterapkan. Produk yang ramah konsumen meningkatkan niat penggunaan.⁴⁰

Kemudahan penggunaan *mobile banking* dapat dijelaskan sebagai pandangan individu terhadap kesederhanaan penggunaan layanan tersebut, di mana pengguna tidak memerlukan usaha tambahan yang signifikan. Konsep ini mencakup pemahaman

³⁷ Tafsir Al-Muyassar / Kementerian Agama Saudi Arabia diakses dari: <https://tafsirweb.com/1984-quran-surat-al-maidah-ayat-100.html> pada hari Senin 4 Desember 2023 pukul 17.30 WIB

³⁸ Wadie Nasri and Lanouar Charfeddine, 'Factors Affecting the Adoption of Internet Banking in Tunisia: An Integration Theory of Acceptance Model and Theory of Planned Behavior', *The Journal of High Technology Management Research*, 23.1 (2012), 1–14.

³⁹ Jogiyanto, *Sistem Teknologi Informasi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2009).

⁴⁰ Reza Ramadhan, 'Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, Dan Persepsi Harga Pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Di Bank Syariah Mandiri Surabaya' (Universitas Airlangga, 2016).

tujuan penggunaan *mobile banking* dan memfasilitasi penggunaannya sesuai dengan kebutuhan pengguna.

2.3.2 Indikator Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan yang dialami mencakup sejauh mana keyakinan individu bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan tidak memerlukan usaha yang berlebihan. Aspek ini melibatkan pemahaman dasar manfaat dari sistem baru dan kemudahan dalam penggunaan teknologi, yang dirancang dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pengguna.⁴¹

Venkatesh dan Davis F.D, seperti yang diungkapkan dalam karya Ermawati, membagi indikator kemudahan penggunaan menjadi hal-hal berikut:⁴²

1. Mudah untuk digunakan.

Adalah kemudahan dalam penggunaan sistem. Dalam konteks *mobile banking*, kenyamanan merujuk pada tingkat kemudahan penggunaan aplikasi bagi individu secara pribadi.

2. Mudah untuk dipahami.

Adalah seberapa jelas sistemnya. Dalam konsep *mobile banking*, kemudahan pemahaman mencerminkan aplikasi dengan fitur produk yang sederhana dan mudah dimengerti.

3. Fleksibel untuk digunakan.

Yaitu sejauh mana sistem tersebut dapat dipelajari dan digunakan dengan mudah oleh individu adalah faktor penting. Dalam konteks *mobile banking*, ini mengacu pada kemudahan sistem untuk dieksplorasi, sehingga nantinya dapat dimanfaatkan sebagai sarana yang digunakan dalam aktivitas sehari-hari.

4. Tidak membutuhkan banyak usaha.

Adalah kemudahan penggunaan sistem secara menyeluruh. Aspek yang mencakup penggunaan aplikasi yang dirasakan secara keseluruhan dalam konteks *mobile banking*.

Dapat disimpulkan bahwa kemudahan pengguna *mobile banking* harus bersifat simpel dan mudah dimengerti. Tingkat kemudahan penggunaan memiliki dampak pada

⁴¹ Ratna Asri Saras Sati and B B A Ramaditya, 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)', 2020.

⁴² Nanik Ermawati and Zamrud Mirah Delima, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Dan Pengalaman Terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem E-Filing (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kabupaten Pati)', *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 5.2 (2016), 163–74.

perilaku penggunaan *mobile banking*, sehingga ketika kemudahan pengguna *mobile banking* diketahui, individu cenderung menggunakan layanan tersebut untuk mendukung aktivitas perbankannya.

Kemudahan penggunaan merupakan faktor kunci dalam proses pengambilan keputusan, karena pengguna akan merasa lebih bebas ketika teknologi dapat digunakan dengan mudah.⁴³ Aplikasi BSI *Mobile* tergolong mudah digunakan, menyajikan fitur yang lengkap, dan layanan yang dapat dimengerti. Dengan BSI *Mobile*, nasabah dapat dengan lebih mudah melihat saldo rekening, melakukan transaksi transfer, mengisi ulang pulsa, membayar tagihan, melakukan transfer ke semua bank, dan menikmati berbagai kemudahan lainnya.

2.3.3 Faktor-Faktor Kemudahan Penggunaan

Faktor menjadi pengaruh kemudahan kegunaan suatu sistem, diantaranya:⁴⁴

- a. Memfokuskan pada teknologi tersebut. Contohnya, kemampuan pengguna saat mencoba system baru yang relevan. Kemampuan yang cukup baik dengan teknologi tersebut dapat berpengaruh terhadap kepercayaan pengguna tentang sistem baru dan sebaliknya.
- b. Pengakuan sistem yang didapat dari pengguna. Nama baik yang positif akan meningkatkan keyakinan pengguna mengenai validitas sistem dan sebaliknya.
- c. Ketersediaan *mechanism suport* yang andal. Keyakinan pengguna tentang kesederhanaan sistem mendapat pengaruh dari mekanisme dukungan yang andal. Misalnya, jika ada kesulitan dalam menggunakan teknologi atau mekanisme dukungan yang terpercaya, maka akan meningkatkan kepercayaan pengguna pada arah yang baik.

2.3.4 Kemudahan dalam Perspektif Islam

Faktor kemudahan adalah salah satu variabel yang berpengaruh terhadap seseorang dalam menggunakan teknologi, karena dengan kemudahan yang diberikan maka orang tersebut akan tertarik untuk menggunakannya. Kemudahan juga

⁴³ Dian Agustiningrum and Anik Lestari Andjarwati, 'Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9.3 (2021), 896–906.

⁴⁴ Popi Fauziati, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)', *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Auditing*, 2010.

merupakan salah satu nilai penting Islam dan Allah menjadikan hamba-hamba-Nya agar manusia tetap bersemangat dan tekun dalam menjalankan ibadah dan ajaran agama, terutama ketika dalam keadaan sulit. Hal ini Allah SWT berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 185:

قَالَ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَى مَا هَدَاكُمْ وَأَلَّعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

“Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu agar kamu bersyukur.”

Adapun ayat mengenai kemudahan yang tertera dalam Al-Qur’an, Allah berfirman: (QS. Al-Insyirah:5-6)

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Apabila engkau telah selesai (dengan suatu kebajikan), teruslah bekerja keras (untuk kebajikan yang lain)”

Ayat diatas Ayat di atas menjelaskan bahwa di balik kesulitan yang Allah berikan dalam hidup pasti ada kemudahan. Bahkan ketika menggunakan fintech untuk transaksi pembayaran, diperbolehkan pada saat ini jika fasilitas yang diberikan oleh fintech tidak melanggar aturan Islam. Sangat mungkin merasa bahwa kemudahan mengganggu dan mengurangi jam kerja dan beban kerja saat menggunakan teknologi. Kemudahan penggunaan seharusnya memudahkan pengguna untuk memenuhi kebutuhannya.

2.4 Keamanan

2.4.1 Pengertian Keamanan

Menurut Budhi Rahardjo, keamanan informasi adalah langkah-langkah yang diambil untuk mencegah tindakan penipuan atau minimal mendeteksi kemungkinan penipuan dalam suatu sistem yang bergantung pada informasi. Tantangannya semakin kompleks karena informasi tersebut tidak memiliki bentuk fisik. Oleh karena itu, aspek keamanan menjadi prioritas utama dalam operasional perusahaan perbankan.⁴⁵

⁴⁵ Mukhtisar Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, and Evriyenni Evriyenni, ‘Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi

Menurut Yousafzai et al. di Lallmahamood, penyerangan atau penyalahgunaan yang terjadi selama transaksi jaringan dan transfer data melalui autentikasi palsu atau akses ilegal ke akun dianggap sebagai kerentanan keamanan dalam konteks mobile banking. Karena itu, sangat penting untuk melindungi uang dan data nasabah dari kemungkinan kehilangan atau pencurian saat melakukan transaksi melalui perbankan online.⁴⁶

Tujuan keamanan adalah untuk melindungi aset informasi dari potensi bahaya. Oleh karena itu, keamanan informasi secara tidak langsung dapat memastikan kelangsungan perusahaan dan potensi bahaya yang lebih rendah.⁴⁷ Keamanan informasi dalam arti yang lebih luas, mengacu pada upaya untuk melindungi data dari semua ancaman potensial untuk memastikan kelangsungan bisnis, mengurangi risiko bisnis, dan mengoptimalkan laba atas investasi dan prospek komersial. Keamanan informasi dalam konteks ini juga memastikan privasi informasi pribadi dan transaksi konsumen.⁴⁸ Keamanan sangat penting untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan dalam hal mobile banking. Lebih banyak klien akan tertarik untuk memanfaatkan layanan dan menjalankan bisnis dengan lebih percaya diri jika perusahaan menawarkan tingkat perlindungan yang lebih tinggi kepada pelanggan yang menggunakan layanan mobile banking.⁴⁹

Rasa aman dalam penggunaan Mobile banking dapat diartikan sebagai keadaan di mana nasabah merasa yakin dan tenang ketika menggunakan layanan tersebut, sehingga tidak ada kekhawatiran akan terjadi kebocoran data pribadi seperti user id dan password. Hal ini terkait dengan kepercayaan nasabah terhadap sistem keamanan *Mobile banking* yang telah diberikan oleh perusahaan, sehingga nasabah merasa nyaman dan percaya bahwa informasi pribadi dan transaksi mereka akan terjaga dengan baik. Jika nasabah merasa tidak aman dalam penggunaan mobile banking maka nasabah enggan menggunakan layanan mobile banking. Dalam hal ini, keamanan

Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)', *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 3.1 (2021), 56–72.

⁴⁶ Muniruddeen Lallmahamood, 'An Examination of Individual's Perceived Security and Privacy of the Internet in Malaysia and the Influence of This on Their Intention to Use E-Commerce: Using an Extension of the Technology Acceptance Model', *Journal of Internet Banking and Commerce*, 12.3 (2007), 1.

⁴⁷ Moh Faqih Afghani and Emma Yulianti, 'Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi e-Banking Di Bank BRI Surabaya', *Journal of Business & Banking*, 6.1 (2017), 113–28.

⁴⁸ Riyanto and Irsyat Iffano Sarno, *Sistem Management Keamanan Informasi* (Surabaya: Putra Media Nusantara, 2009).

⁴⁹ Lee, *Pengantar Manajemen*, (Salemba Empat: Jakarta, 2009).

menjadi faktor penting dalam meningkatkan rasa aman nasabah dan kepercayaan mereka terhadap layanan *Mobile banking*.⁵⁰ Nasabah sangat hati-hati mempertimbangkan keamanan transaksi online sebelum menentukan apakah akan menggunakan layanan mobile banking. Karena persepsi mereka bahwa transaksi online sangat rentan terhadap penipuan, beberapa nasabah ragu untuk menggunakan mobile banking. Kepercayaan pelanggan terhadap sistem online secara keseluruhan dapat menurun akibat asumsi ini. Jika tuntutan keamanan individu pelanggan tidak terpenuhi, mereka mungkin tidak ingin beralih dari transaksi offline ke online dalam kehidupan sehari-hari.⁵¹

Nasabah akan mempercayai pihak bank jika berhasil menanamkan kepercayaan kepada mereka terkait keamanan dan privasi data mereka tetap terjaga dengan baik. Keputusan pelanggan untuk menggunakan mobile banking akan dipengaruhi jika pelanggan sadar bahwa mobile banking aman dan bank mereka tidak akan membagikan informasi pribadi mereka dengan pihak ketiga tanpa terlebih dahulu mendapatkan persetujuan dari mereka.⁵²

2.4.2 Indikator dalam keamanan penggunaan mobile banking

Berikut adalah pengertian dan contoh indikator keamanan penggunaan mobile banking.⁵³

a. Keamanan Pembayaran Seluler

Keamanan pembayaran seluler yaitu indikator yang digunakan untuk menunjukkan tingkat keamanan saat melakukan transaksi pembayaran melalui aplikasi mobile banking. Beberapa contoh indikator keamanan pembayaran melalui seluler antara lain:

- Perlindungan dengan kata sandi, yaitu pengguna menggunakan kata sandi atau PIN yang harus dimasukkan oleh pengguna untuk membuka aplikasi *mobile banking* atau melakukan transaksi pembayaran.

⁵⁰ Arry Dwi Handoko and Ronny Ronny, 'PENGARUH FAKTOR KEAMANAN, KEANDALAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BRI DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING', *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 9.2 (2020), 79–91.

⁵¹ Afghani, Yulianti, and Ankit.

⁵² Yulisa Saptawati, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Keamanan & Manfaat Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bulukumba', 2019.

⁵³ Sindhu Singh and R K Srivastava, 'Predicting the Intention to Use Mobile Banking in India', *International Journal of Bank Marketing*, 36.2 (2018), 357–78.

- Otorisasi dua faktor, yaitu Pengguna diharuskan memasukkan kode verifikasi yang dikirimkan melalui SMS atau email untuk menyelesaikan transaksi pembayaran.
- Enkripsi data, yaitu Informasi pengguna, seperti nomor kartu kredit atau rekening bank, disandikan atau dienkripsi untuk menjaga kerahasiaan informasi yang bersifat sensitif dan melindunginya dari potensi tindakan peretasan.

b. Keamanan Jaringan

Kemaman jaringan yaitu indikator yang dipergunakan untuk menunjukkan tingkat keamanan koneksi jaringan ketika menggunakan aplikasi mobile banking. Beberapa contoh indikator keamanan jaringan meliputi:

- Sertifikat SSL (Secure Sockets Layer), digunakan untuk mengenkripsi data yang dikirimkan melalui jaringan, memastikan bahwa pengguna dapat yakin bahwa data yang dikirimkan tidak dapat diakses atau dimodifikasi oleh pihak yang tidak berwenang.
- Sistem pengamanan firewall, digunakan untuk menjaga aplikasi mobile banking agar terlindungi dari serangan peretasan yang berasal dari internet.
- Log aktivitas, yaitu jaringan disimpan oleh aplikasi mobile banking, memungkinkan identifikasi lebih mudah terhadap tindakan yang mencurigakan atau tidak sah pada jaringan.

c. Keamanan Perangkat

Indikator keamanan perangkat digunakan untuk mengukur tingkat keamanan perangkat saat menggunakan aplikasi mobile banking. Beberapa contoh indikator keamanan perangkat meliputi:

- Sistem keamanan dengan menggunakan kata sandi: Pengguna perlu memasukkan kata sandi atau PIN untuk membuka perangkat seluler mereka.
- Perbarui sistem operasi: Pengguna diharapkan melakukan pembaruan sistem operasi pada perangkat seluler mereka secara rutin agar perangkat selalu dilengkapi dengan fitur keamanan terkini.

2.4.3 Keamanan dalam Perspektif Islam

Keamanan menggunakan mobile banking dalam arti bahwa para penyedia layanan mobile banking harus memastikan bahwa mereka memenuhi standar kualitas

dan keamanan yang baik dalam menyediakan layanan ini kepada para pengguna. Seperti halnya tercantum dalam QS An-Nisa 58 yang berbunyi:

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

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

Dalam QS An-Nisa ayat 58, Allah SWT menekankan pentingnya menjaga dan memenuhi amanah. Penyedia layanan mobile banking perlu menghargai kepercayaan yang diberikan oleh pengguna dengan memastikan bahwa layanan mereka selalu memenuhi standar kualitas dan keamanan yang tinggi. Bank bertanggung jawab menjaga kerahasiaan informasi sensitif, seperti data pribadi dan informasi rekening yang diberikan oleh pengguna, serta mencegah penyalahgunaan data tersebut. Karenanya, penyedia layanan *mobile banking* perlu berusaha melindungi informasi pribadi dan keuangan pengguna dengan mengembangkan teknologi keamanan terkini serta menerapkan prosedur keamanan yang ketat. Dalam ayat tersebut, Allah SWT menegaskan pentingnya menjalankan amanah dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, penyedia layanan *mobile banking* harus memastikan bahwa mereka menjalankan amanah tersebut dengan sebaik-baiknya, dengan adil dan transparan, untuk menjamin keamanan dan kenyamanan pengguna.

2.5 Fitur Layanan

2.5.1 Definisi Fitur Layanan

Keunikan produk memiliki dampak yang signifikan pada keyakinan pembelian pelanggan, dan karakteristik unik produk harus menarik dan membedakan dari produk lainnya. Ada berbagai model dasar yang dapat diterapkan untuk memasarkan produk dengan bentuk dan fungsi yang berbeda. Dengan memperkenalkan fungsionalitas baru, perusahaan dapat meningkatkan desain produk. Fitur tersebut menjadi cara efektif untuk membedakan produk dari pesaing-pesaingnya.⁵⁴

⁵⁴ Anang Firmansyah and Didin Fatihudin, *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019).

Fitur layanan merupakan suatu produk sebagai fungsi dengan karakteristik yang berbeda. Dengan adanya fitur memilih suatu produk untuk memilih produk yang diinginkannya dan bagi seorang pemasar fitur adalah kunci penting bagi perusahaan agar mereka dapat membandingkan dengan produk pesaing lainnya.⁵⁵

Pelayanan atau *service* yaitu sebuah perlakuan pemenuhan kebutuhan kepada sesama dengan maksud membantu. Layanan ini biasanya menawarkan semua yang dibutuhkan orang lain.⁵⁶ Suatu layanan dihasilkan dari proses dimana penyedia layanan menyediakan layanan tertentu kepada penerima layanan.⁵⁷ Islam mendorong penyediaan layanan mengacu pada aspek-aspek ekonomi syariah yaitu: profesional, amanah, kedisiplinan.⁵⁸

Menurut Tjiptono dan Chandra, terdapat 5 ciri-ciri yang perlu perhatian saat menilai layanan.⁵⁹

- a. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan perusahaan ketika menawarkan pelayanan yang memadai sehingga pelanggan merasa puas.
- b. Daya Tanggap (*Responsiviness*) adalah kemauan atau keinginan seseorang saat memberi pelayanan kepada pelanggan secara lugas dan fasih serta memberikan pelayanan yang mudah dipahami.
- c. Jaminan (*Assurance*) adalah menanamkan esensi amanah.
- d. Empati (*Empathy*) yakni mendengarkan dengan seksama pelanggan untuk memahami kebutuhannya.
- e. Bukti Fisik (*Tangibles*) yaitu kemampuan perusahaan menawarkan media atau alat fisik untuk bukti langsung dari jasa.

2.5.2 Indikator Fitur Layanan

Dimensi fitur produk merupakan karakteristik imbuhan yang diterapkan produk selain manfaat inti. Fitur memiliki alternatif untuk konsumen sehingga akan mengalami peningkatan kualitas produk daripada produk perusahaan lain. Indikator fitur layanan, diantaranya:⁶⁰

⁵⁵ Aprilia.

⁵⁶ Poerwadarminta, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 2006).

⁵⁷ Adya Barata, Dasar-Dasar Pelayanan Prima (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2011).

⁵⁸ Muhammad, Kebijakan Moneter Dan Fiskal Dalam Islam (Jakarta: Salemba Empat, 2002).

⁵⁹ Fandy Tjiptono and Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, 4th edn (Yogyakarta: ANDI, 2016).

⁶⁰ Wibowo and Priansa.

- a. Akses informasi mudah ke produk atau layanan. Fungsi layanan harus memberikan kenyamanan kepada konsumen untuk tujuan informasi.
- b. Keberagaman layanan transaksi, pelayanan yang ditawarkan mempunyai ragam agar menangani transaksi konsumen
- c. Keragaman fitur, karena fungsinya yang beragam, bank harus dapat menyediakan fungsi layanan untuk memudahkan nasabah dalam memberikan informasi.
- d. Inovasi produk dan penambahan fitur meningkatkan minat nasabah terhadap *mobile banking*.

2.6 Mobile Banking (BSI Mobile)

2.6.1 Pengertian Mobile Banking

Hadi menggambarkan *mobile banking* sebagai salah satu layanan perbankan yang mengintegrasikan teknologi informasi. Bagi bank, layanan ini dianggap sebagai potensi tambahan yang memberikan nilai positif kepada nasabahnya.⁶¹ *Mobile banking*, yang juga dikenal sebagai *m-banking*, adalah layanan perbankan yang diberikan kepada nasabah untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas transaksi keuangan. Namun, efisiensi dan efektivitas nasabah dalam berbagai proses transaksi *m-banking* dapat terhambat jika perangkat ponsel yang digunakan tidak mendukung koneksi internet.⁶² Individu yang mempunyai *handphone* bisa menggunakan akses tersebut saat transaksi dengan mudah dimanapun dan kapanpun. Hadirnya banyak kemudahan dalam layanan bank, agar nasabah merasa tercukupi saat transaksi dengan berbagai layanan yang ditawarkan oleh perbankan.

Menurut Rianto *mobile banking* adalah satu diantara layanan perbankan yang ditawarkan oleh perbankan, seperti bank syariah, memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi kapan saja dan tidak perlu mendatangi gerai cabang. *Mobile banking* sebagai satu diantara layanan bank yang menggunakan digitalisasi canggih, layanan ini mengacu pada teknologi telepon genggam dengan memudahkan dalam melakukan transaksi perbankan. Tujuan *Mobile Banking* yaitu untuk meningkatkan layanan pelanggan, menjawab kebutuhan pasar dan memfasilitasi transaksi bagi

⁶¹ Syamsul Hadi, 'Novi. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking', Jurnal Fakultas Ekonomi, 2015.

⁶² Mulkan Mulkan, 'Manajemen Strategi Layanan Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri (Bsm)', Jurnal Manajemen Dakwah, 8.1 (2020).

nasabah.⁶³ Menurut Nurastuti, istilah “*mobile banking*” sangat erat kaitannya dengan layanan perbankan yang diterapkan dengan memakai teknologi mobile dengan telepon genggam dan menawarkan layanan yang hampir sama dengan ATM, kecuali penarikan tunai.⁶⁴

2.6.2 Penggunaan Layanan *Mobile Banking*

Dalam pemenuhan kebutuhan nasabah akan pilihan perbankan alternatif selain kantor cabang dan ATM, bank menawarkan layanan *mobile banking* (*m-banking*). Dengan bantuan *mobile banking*, nasabah dapat menghemat waktu saat menganteri di cabang perbankan maupun di Anjungan dikarenakan banyaknya yang bertransaksi di bank yang kini bisa dilakukan dimanapu, kapanpun, dengan sederhana serta nyaman melalui ponsel.⁶⁵ Dengan *mobile banking*, nasabah dapat menggunakan berbagai layanan, antara lain pengiriman dana (*transferisasi*) antar rekening perbankan, pembayaran tagihan telpon rumah, listrik, pembayaran cicilan rumah, kredit kendaraan atau asuransi jiwa, asuransi kendaraan, transaksi non keuangan lainnya.

2.6.3 Kelebihan dan Kekurangan *Mobile banking* BSI (*BSI Mobile*)

Kelebihan *BSI Mobile*, yaitu:⁶⁶

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

⁶³ Muhammad Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010).

⁶⁴ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan* (Jakarta: Graha Ilmu, 2011).

⁶⁵ Irwan Tirtana and Shinta Permata Sari, ‘Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*’, 2014.

⁶⁶ Dwita Febrianti and Et al, “Penerapan Basis Data Pada Perusahaan Perbankan (Studi Kasus Penerapan *Mobile banking* Pada Bank Syariah Indonesia),” *Jurnal Pendidikan Tambusai* vol 5, no. 2 (2021): h. 3686-3693.

Kekurangan BSI *Mobile*, yaitu.⁶⁷

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

2.6.4 Cara Mendaftar BSI *Mobile*

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

Registrasi Offline:

1. Kunjungi Kantor Cabang Bank Syariah Indonesia.
2. Ambil nomor antrian dari Customer Service di Bank Syariah.
3. Ketika nomor antrian dipanggil, sampaikan kepada CS bahwa tujuan Anda adalah untuk mendaftar atau mengaktifkan BSI Mobile
4. CS akan memberikan kode aktivasi melalui proses registrasi dan Anda akan menerima SMS.
5. Unduh aplikasi BSI Mobile di perangkat ponsel Anda.
6. Buka aplikasi dan pilih "Saya sudah punya akun".
7. Pilih "Aktivasi".
8. Masukkan nomor ponsel dan kode aktivasi yang dikirim oleh BSI.
9. Buat password untuk m-Banking BSI dan proses aktivasi selesai.

Registrasi Online:

1. Buka mesin pencari Google dan cari "bsi.go.id".
2. Klik "chat aisyah".
3. Ketik "Aktivasi", lalu chat aisyah akan memberikan tanggapan.

⁶⁷ Siti Bejana Siagian and Khairina Tambunan, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan', JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen, 2.1 (2022), 1051-60.

4. Isi email, nama, dan nomor telepon. Penting untuk diingat bahwa nomor telepon tidak boleh diganti dalam aktivasi online.
5. Chat aisyah akan mengirimkan kode aktivasi melalui SMS biasa.
6. Unduh aplikasi BSI Mobile.
7. Masukkan kode aktivasi yang diberikan.
8. Buat PIN dan kata sandi.
9. BSI Mobile sekarang sudah aktif dan bisa digunakan.

2.7 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Publikasi	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Dandy Kurnia (2020) ⁶⁸	Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Banking Jenius Pt. Bank Tabungan Pensiun Nasional	Temuan analisis data menunjukkan bahwa semua faktor independen, termasuk fitur, kemudahan penggunaan, keamanan, dan promosi, memiliki dampak simultan dan parsial terhadap keputusan penggunaan.	Terdapat pada variabel bebas, subjek dan lokasi penelitian.
2.	Arthika Rajaratnam (2020) ⁶⁹	A Study on Perceived Ease of Use on Customers Adoption to use <i>Mobile banking Services</i>	Penelitian ini menyatakan variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap	Terdapat pada variabel bebas, subjek dan lokasi penelitian.

⁶⁸ Kurnia.

⁶⁹ Rajaratnam.

			keputusan nasabah menggunakan mobile banking	
3.	Abdul Hamid dkk (2020) ⁷⁰	Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile banking	Faktor kepercayaan, keamanan, manfaat, dan kemudahan memiliki pengaruh yang besar dalam menggunakan layanan mobile banking.	Terdapat pada objek, subjek, variabel bebas dan lokasi penelitian.
4.	Arif Pribadi dan Racmat Gunawan (2020) ⁷¹	Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi kasus BRI Syariah Pusat)	Semua variabel independen, yaitu. variabel kemudahan, risiko, fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah pengguna internet banking	Terdapat pada variabel bebas, subjek dan lokasi penelitian.
5.	Pramelani dan Safrezi Fitra (2020) ⁷²	Pengaruh Promosi dan Fitur Layanan Transaksi terhadap Keputusan Konsumen dalam Pemilihan E-wallet	Penelitian menyimpulkan bahwa promosi dan fitur layanan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan E-wallet	Terdapat pada subjek, variabel bebas, jumlah sampel, dan lokasi penelitian
6.	Nurul Azizah Aunillah Devy dan Khusnul	Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah	Hasil penelitian menunjukkan promosi dan kualitas layanan mempengaruhi keputusan	Terdapat pada variabel bebas, subjek dan lokasi penelitian.

⁷⁰ Hamid and Kismawadi.

⁷¹ Pribadi and Gunawan.

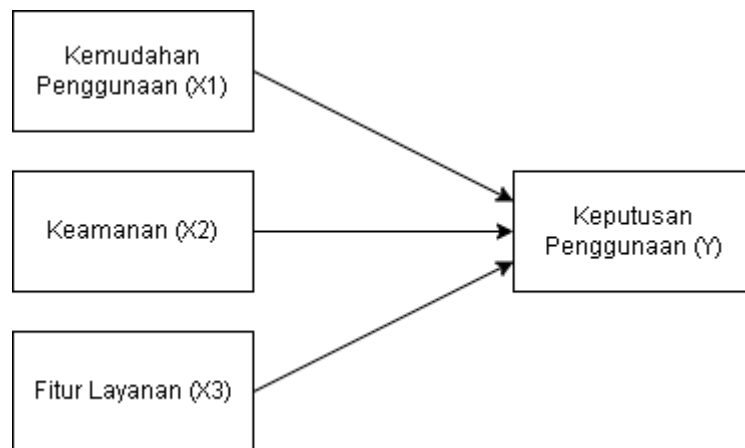
⁷² Pramelani Pramelani and Safrezi Fitra, 'Pengaruh Promosi Dan Fitur Layanan Transaksi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pemilihan E-Wallet', *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16.3 (2020), 208–13.

	Fikriyah (2022) ⁷³	Menggunakan Layanan BSI <i>Mobile</i> pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Diponegoro.	konsumen untuk menggunakan layanan bsi <i>mobile</i> .	
7.	Ummi Khoiriyah dan Purnama Putra (2022) ⁷⁴	Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile	Penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan untuk menggunakan BSI Mobile tidak terpengaruh oleh kepercayaan, kemudahan, atau keamanan.	Terdapat pada variabel bebas, subjek dan lokasi penelitian.

2.8 Kerangka Teoritis

Berdasarkan kajian dari landasan teori, maka dapat disusun kerangka pemikiran dalam penelitian seperti gambar 2.1 di bawah ini

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian



2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis bisa dijelaskan sebagai jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian hingga dibuktikan dengan bukti yang diperoleh dari data yang dikumpulkan.⁷⁵ Dalam

⁷³ Devy and Fikriyah.

⁷⁴ Khoiriyah and Putra.

⁷⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006).

kerangka ilmiah, hipotesis dibuat setelah perumusan masalah, karena hipotesis pada dasarnya adalah jawaban sementara yang perlu diverifikasi dan dibuktikan. Hipotesis tidak muncul begitu saja, melainkan dikembangkan berdasarkan teori yang mendasarinya, penelitian sebelumnya, dan penjelasan logis.⁷⁶ Adapun pengembangan hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X1) terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan BSI Mobile (Y)

Jogiyanto menyatakan persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi mudah digunakan.⁷⁷ Definisi ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Orang yang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan akan menggunakannya.

Menurut hasil penelitian Arthika Rajaratnam menyatakan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking.⁷⁸

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, maka peneliti dapat membuat hipotesis sebagai berikut:

H1 : Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa menggunakan BSI Mobile.

2. Pengaruh Keamanan (X2) terhadap keputusan mahasiswa menggunakan BSI *Mobile* (Y)

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

⁷⁶ Muslich Ansori and Sri Ismawati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2017).

⁷⁷ Jogiyanto.

⁷⁸ Rajaratnam.

Konsep di atas sesuai dengan penelitian Hamid dkk yang menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *Mobile banking*.⁷⁹

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

H2 : Keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan dalam menggunakan *mobile banking*

3. Pengaruh Fitur Layanan (X2) terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan BSI Mobile (Y)

Menurut Schmitt dalam Wibowo et al. fitur adalah atribut yang melengkapi fungsionalitas dasar produk.⁸⁰ Fitur adalah alat penting bagi pemasar tradisional untuk membedakan produk mereka dari pesaing, karena fitur ini mendorong pemilihan konsumen.. Menurut Poon dalam Iqbal et al. fitur mengarah pada layanan yang tersedia di *e-Banking*.⁸¹ Pembaruan fitur produk terkait dengan ketersediaan teknologi dan dukungan teknis yang tepat, serta penerapan dan peningkatan layanan elektronik yang tepat.

Menurut penelitian Arif Pribadi dan Rachmat Gunawan menyebutkan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah pengguna *internet banking*.⁸² Sama dengan itu, penelitian oleh Nurul Azizah dan Khusnul Fikriyah juga menyatakan bahwa fitur layanan memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan layanan BSI *Mobile*.⁸³

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, maka peneliti dapat membuat hipotesis sebagai berikut:

H3 : Fitur layanan berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa menggunakan BSI Mobile.

⁷⁹ Hamid and Kismawadi.

⁸⁰ Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, and Usep Suhud, 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)', *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6.1 (2015), 440–56.

⁸¹ Johandri Iqbal, Heriyani, and Isroq Urrahmah, 'Pengaruh Kemudahan Dan Ketersediaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking', *Global Financial Accounting Journal*, 5.2 (2021), 29.

⁸² Pribadi and Gunawan.

⁸³ Devy and Fikriyah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang melibatkan penggunaan populasi dan sampel yang telah ditentukan, menggunakan instrumen penelitian, serta melakukan analisis data dengan pendekatan kuantitatif guna menguji hipotesis penelitian.⁸⁴ Penelitian kuantitatif dapat dijelaskan sebagai jenis penelitian yang mengandalkan penggunaan data berupa angka, dalam prosesnya melibatkan pengumpulan data, interpretasi data, dan penyajian hasil penelitian dalam bentuk angka. Namun, dalam penelitian kuantitatif, proses menyimpulkan hasil penelitian dapat lebih optimal apabila disampaikan melalui tabel, grafik, gambar, atau tampilan lainnya. Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif yaitu Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, dan Fitur Layanan terhadap Keputusan Mahasiswa menggunakan *BSI Mobile*.

Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, menyusun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan penjelasan hasil statistik, serta memperkirakan dan menyajikan hasil. Rancangan penelitian kuantitatif harus disusun dan dirancang dengan terstruktur dengan baik, dalam bentuk baku, kemudian formal dan dirancang dengan sematang mungkin sebelumnya.⁸⁵

Pada metode ini dilakukan beberapa tahap, dimulai dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner menggunakan *google form* kepada sejumlah individu yang akan diambil sebagai sampel penelitian, yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2020-2022. Selanjutnya, data yang terkumpul akan dianalisis dan disajikan dalam bentuk skripsi.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat untuk penelitian itu dilakukan. Penentuan lokasi penelitian dimaksudkan untuk mempermudah atau memperjelas lokasi yang menjadi sasaran dalam penelitian. Penentuan lokasi penelitian dimaksudkan untuk mempermudah atau memperjelas lokasi yang menjadi sasaran dalam penelitian. Lokasi

⁸⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Teras, 2013).

⁸⁵ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Teras, 2009).

pada penelitian ini yaitu terletak di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam - UIN Walisongo Semarang, Tambakaji, Kec. Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50185.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi adalah obyek yang diteliti. Jika ingin melakukan penelitian terhadap item-item yang termasuk dalam wilayah penelitian, maka populasi juga dapat dipahami sebagai semua objek penelitian.⁸⁶ Dalam penelitian ini, jumlah populasinya adalah 1.533.⁸⁷ Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang yang berstatus aktif pada tahun ajaran Semester Genap tahun 2023, yang terdiri dari angkatan tahun 2020-2022.

3.3.2 Sampel

Sugiono menyatakan bahwa sampel merujuk pada sejumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi, dan sampel tersebut dapat menjadi representasi dari keseluruhan populasi. Jika peneliti menghadapi keterbatasan untuk mengakses seluruh populasi yang besar, maka penggunaan sampel dari populasi tersebut dapat menjadi solusi. Namun, penting untuk memastikan bahwa sampel yang diambil dapat mencerminkan karakteristik populasi secara keseluruhan.⁸⁸ Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Purposive Sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan karakteristik tertentu, artinya tidak semua elemen populasi kemungkinan besar akan dipilih sebagai sampel yang sama. Metode purposive sampling dipakai karena diasumsikan bahwa anggota yang ditetapkan sebagai bagian dari sampel akan dapat membagikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.⁸⁹

Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang semua prodi angkatan 2020-2022.
2. Memiliki BSI *Mobile*.

⁸⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2017).

⁸⁷ Akademik FEBI UIN Walisongo

⁸⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

⁸⁹ Ratno Agriyanto, 'Redefining Objective of Islamic Banking; Stakeholders Perspective in Indonesia', *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 6.2 (2015), 77-90 <<https://doi.org/10.21580/economica.2015.6.2.795>>.

3. Sudah melakukan transaksi menggunakan BSI *Mobile* minimal 1 kali.

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

Diketahui :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

E : *Error level* (tingkat kesalahan 10% atau 0,1)

$$\begin{aligned}n &= \frac{1533}{1 + 1533 (0.1)^2} \\n &= \frac{1533}{16,33} \\&= 93,87\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan sampel dengan menggunakan perhitungan metode solvin, penelitian tersebut mendapatkan sampel berjumlah 93,87. Maka peneliti akan membulatkan menjadi 94 responden dalam jumlah populasi 1.533 mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Dalam penelitian ini, metode yang penulis gunakan untuk mengumpulkan dan mengolah data adalah dengan menggunakan kuesioner (angket). Peneliti menyebarkan kuesioner penelitian ini kepada mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang secara online melalui *google form*. Partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau komentar yang diberikan peneliti dalam kuesioner yang merupakan alat untuk mengumpulkan data.⁹⁰

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sekumpulan bahan yang dapat menjadi bukti dari suatu prosedur pengumpulan data tertentu. kelebihan dokumentasi sebagai sumber data

⁹⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D).

untuk keperluan penelitian. Foto digunakan sebagai dokumentasi dalam penelitian ini, yang mengumpulkan informasi mengenai konsumen.⁹¹

3.5 Sumber Data

3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan dari responden secara langsung pada suatu tempat penelitian. Menurut Husein Umar mengungkapkan bahwa data primer yaitu perolehan informasi secara langsung oleh responden sebagai sumber pertama.⁹² Informasi dan data yang dikumpulkan berupa pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner. Sumber data yang dilakukan secara primer dalam penelitian ini kepada mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang pengguna BSI.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh dari sumber lain setelah data primer. Berkaitan dengan sumber data, bahan tambahan yang diperoleh dari sumber tertulis dapat dikategorikan menjadi sumber dari buku dan jurnal ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi.⁹³ Data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumentasi berupa buku, jurnal, dan data-data dari internet yang mendukung penelitian dan melengkapi data yang dibutuhkan terkait dengan pertanyaan yang diteliti.

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis, menghitung data dan menggambarkan hal-hal yang dinyatakan dalam angka, dalam penelitian dapat menggunakan analisis kuantitatif. Cara menghitungnya dengan statistik dengan bantuan aplikasi pengolah data agar menghasilkan sebuah data yang benar sesuai dengan metode yang digunakan yakni SPSS 21. Metode analisis data yang digunakan yaitu statistik deskriptif serta analisis regresi linier berganda. Alat diuji melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji hipotesis klasik yang secara umum digunakan yaitu uji linieritas berganda, heterogenitas, normalitas, dan juga uji linieritas.

⁹¹ Etta Mamang Sangadji and Sopiah, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010).

⁹² Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009).

⁹³ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003).

Dimana hipotesis diuji dengan menggunakan uji koefisien determinasi (R^2), uji simultan (uji statistik F), dan uji koefisien tunggal (uji statistik).⁹⁴

3.6.1 Uji Validitas

Data dapat dikatakan lolos uji validitas, atau uji kesahihan, jika dapat mengukur data dan mencerminkan variabel. Uji validitas yang dibutuhkan model regresi menggunakan instrumen pencarian data kuesioner dan sumber primer. Pernyataan benar atau kuesioner akurat jika r hitung $>$ dari r tabel dengan tingkat signifikansi 5%⁹⁵ Menurut Singarimbun dan Effendi, jumlah responden pengujian minimal 30 orang agar terdistribusi nilai akan mendekati kurva normal.⁹⁶

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk menakar suatu kuesioner sebagai indikator variabel atau konstruksi. Jika respons terhadap pertanyaan konsisten atau stabil sepanjang waktu, hipotesis dianggap andal atau masuk akal. Penakaran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan sekali pengukuran saja dan hasilnya kemudian dibandingkan dengan pertanyaan lain atau korelasi antara pernyataan dan pernyataan tersebut di atas. SPSS menyediakan fasilitas untuk menakar reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Variabel dinyatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach Alpha $>0,70$.⁹⁷ Menurut Singarimbun dan Effendi, jumlah responden pengujian minimal 30 orang agar terdistribusi nilai akan mendekati kurva normal.⁹⁸

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum menggunakan teknik analisis statistik untuk menganalisis data untuk tujuan penelitian, harus dilakukan pengujian. Tujuan dari uji penerimaan klasik adalah untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan akurat, tidak bias, dan konsisten. Sebelum analisis regresi dilakukan, harus diuji dengan asumsi klasik.

a. Uji Normalitas Data

⁹⁴ 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*, 10.10 (2021), 859.

⁹⁵ Irwan Gani and Siti Amalia, *Alat Analisis Data* (Yogyakarta: Andi Offset, 2018).

⁹⁶ Masri Singarimbun and Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei* (LPPPE, 1995).

⁹⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 25* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2018).

⁹⁸ Singarimbun and Effendi.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi, perancu, atau residual berdistribusi normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dikenali dengan melihat sebaran data (titik-titik) pada sumbu diagonal grafik atau histogram residual. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut.⁹⁹

- Jika data tersebar di sekitar diagonal dan mengikuti arah diagonal, atau jika histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah diagonal, atau jika histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini memeriksa apakah model regresi mendeteksi korelasi antara variabel independen. Tidak ada korelasi antara variabel independen yang seharusnya ada dalam model yang baik (independen). Untuk menentukan apakah ada multikolinieritas, periksa nilai VIF (Varian Inflation Factor). Multikolinieritas tidak terjadi jika toleransi lebih besar dari 0,10 atau jika $VIF < 10$.¹⁰⁰

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas (titik-titik menyebar) pada scatterplot maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁰¹

⁹⁹ Ghozali.

¹⁰⁰ Ghozali (2016), "Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23" (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Hal. 184.

¹⁰¹ Nikolaus Duli (2019), "Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS", (Yogyakarta: CV Budi Utama), Hal. 120.

3.6.4 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk memperkirakan dan meramalkan seberapa besar atau seberapa signifikan kontribusi pengaruh gabungan variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Terdapat rentang 0 hingga 1 dalam koefisien determinasi. Hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk meramalkan variabel dependen disediakan oleh variabel independen jika nilainya mendekati 1. Namun, kemampuan faktor-faktor independen untuk menjelaskan variabel dependen sangat terbatas jika nilai R² menurun.¹⁰²

3.6.5 Uji F (Pengaruh Simultan)

Uji statistik F merupakan alat untuk mengetahui apakah variabel independen model (kemudahan penggunaan, keamanan dan fitur layanan) memiliki pengaruh secara gabungan terhadap variabel dependen (keputusan mahasiswa menggunakan BSI Mobile).¹⁰³ Kriteria Uji F yaitu dengan membandingkan nilai F yang dihitung (Fhitung) dengan nilai F dari tabel (Ftabel) seperti yang dijelaskan di bawah ini.

1. Jika nilai Fhitung < Ftabel, maka Ho diterima
2. Jika nilai Fhitung > Ftabel atau setara angka 0,05 maka Ho ditolak

3.6.6 Uji t (Pengaruh Parsial)

Uji T adalah teknik untuk mengetahui faktor independen yaitu kemudahan dan fitur layanan yang mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan mahasiswa. Pengujian ini dihitung berdasarkan pada jumlah derajat frekuensi dengan tingkat aignifikansi 5% atau 0,05. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis penelitian ditolak; jika lebih dari 0,05 maka hipotesis diterima. Uji signifikansi parameter individual juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t-statistik dengan nilai ttabel.¹⁰⁴ Pada dasarnya jika Ho diterima, maka variabel independen dan variabel dependen atau dependen berpengaruh secara bersamaan, dan jika Ho ditolak, maka variabel dan variabel dependen tidak berpengaruh secara bersamaan.

¹⁰² Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

¹⁰³ Imam Ghozali (2018), "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 25" (Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro), Hal. 129

¹⁰⁴ Imam Ghozali (2018), "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23". (Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro), Hal. 129.

3.6.7 Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan sebagai alat untuk menghubungkan dua variabel bebas (x) atau lebih dengan variabel terikat (y) dalam suatu penelitian statistik. Sebagai alat untuk menguji hubungan antara variabel independen dan dependen, digunakan persamaan umum regresi linier berganda, yaitu:¹⁰⁵

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

Keterangan:

Y = Keputusan Penggunaan

α = Konstanta

X1 = Variabel Kemudahan Penggunaan

X2 = Variabel Keamanan

X3 = Variabel Fitur Layanan

β_1 = koefisien regresi variabel Kemudahan Penggunaan

β_2 = koefisien regresi variabel Keamanan

β_3 = koefisien regresi variabel Fitur Layanan

e = eror persamaan regresi

3.7 Definisi Operasional

Definisi operasional, yaitu memberikan atau memberikan makna pada suatu variabel dengan menentukan operasi atau implementasi yang diperlukan untuk mengukur, mengklasifikasikan, atau memanipulasi variabel. Definisi operasional memberi tahu pembaca laporan penelitian apa yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan atau menguji hipotesis. Definisi operasional membantu peneliti mengukur, mendefinisikan, atau mengevaluasi variabel. Selain itu juga dapat menjadi pedoman untuk mengukur, menentukan atau mengevaluasi suatu variabel dengan merumuskan kata mana yang digunakan untuk mengoperasionalkan variabel tersebut.¹⁰⁶ Dalam penelitian ini pengukuran operasional variabel dapat dilihat dalam table dibawah ini:

¹⁰⁵ Dorothy Rouly Haratua Pandjaitan and Aripin Ahmad, *Metode Penelitian*, h. 103

¹⁰⁶ Ahmad Hufon (2022), "Menggagas Definisi Operasional Soal Pendidikan Multikultural", *EDUKATIF: Jurnal Ilmu Pendidikan*, Vol. 4 No. 4.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Keputusan Penggunaan (Y)	Keputusan adalah langkah pemilihan diantara dua atau lebih opsi pilihan, atinya pelanggan yang ingin membeli dan menggunakan produk setidaknya memiliki dua atau lebih opsi pilihan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan penggunaan 5. Perilaku pasca pembelian¹⁰⁷ 	Skala Likert
Kemudahan Penggunaan (X1)	Kemudahan penggunaan adalah ketika menggunakan suatu produk tanpa kesulitan yang berlebihan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah untuk digunakan 2. Mudah untuk dipahami 3. Fleksibel untuk digunakan 4. Tidak membutuhkan banyak usaha¹⁰⁸ 	Skala Likert
Keamanan (X2)	Keamanan yaitu suatu kondisi dimana data nasabah terjaga kerahasiaannya dan nasabah merasa yakin akan jaminan keamanan yang bank berikan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keamanan pembayaran seluler 2. Keamanan jaringan 3. Keamanan perangkat¹⁰⁹ 	Skala Likert

¹⁰⁷ Wibowo and Priansa.

¹⁰⁸ Ermawati and Delima.

¹⁰⁹ Singh and Srivastava.

Fitur Layanan (X3)	Fitur layanan merupakan suatu produk sebagai fungsi dengan karakteristik yang berbeda.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses informasi mudah 2. Keberagaman layanan transaksi 3. Keragaman fitur 4. Inovasi produk¹¹⁰ 	Skala Likert
-----------------------	--	---	--------------

¹¹⁰ Wibowo and Priansa.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Berdiri Bank Syariah Indonesia

Indonesia memiliki potensi di bidang industri keuangan syariah. Masyarakat sadar bahwa meningkatnya produk halal yang mendapat dukungan perusahaan yang menjadi faktor terpenting dalam pengembangan industri halal di Indonesia. Bank syariah memiliki peran sebagai pemberi fasilitas untuk kegiatan ekonomi halal. Adanya industri perbankan syariah di Indonesia yang meningkat dan berkembangnya secara signifikan dalam 3 dekade. Bank syariah Indonesia memberikan inovasi produk perbankan dengan meningkatkan dan mengembangkan layanan dengan menunjukkan trending yang positif. Banyaknya bank syariah yang dimiliki bank BUMN seperti Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah yang melakukan aksi korporasi.

Bank BSI gabungan dari ketiga bank yang mempunyai predikat TOP 3 dalam TOP BRAND Award 2020 bank syariah terbesar yang merupakan hasil merger anak perusahaan BUMN dalam bidang perbankan yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRI Syariah), dan Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah). Bank BSI diresmikan tanggal 1 Februari 2021, dengan menyatukan kelebihan dari ke 3 bank syariah yang memberikan layanan dengan jangkauan yang lebih luas dengan kapasitas permodalan yang baik dan dengan didukung perusahaan induk dan pemerintah melalui kementerian BUMN. Bank Syariah Indonesia diharapkan menjadi energi baru bagi pembangunan ekonomi nasional yang berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat Indonesia. Bank Syariah Indonesia menjadi perbankan syariah yang modern, universal dan memberikan kebaikan bagi semua orang.¹¹¹

¹¹¹ <http://www.bankbsi.co.id/>

4.1.2 Visi Bank Syariah Indonesia

Visi Bank Syariah Indonesia yaitu menjadi top 10 Global Islamic Bank, menciptakan Bank Syariah yang masuk ke dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan.

4.1.3 Misi Bank Syariah Indonesia

Misi dari Bank Syariah Indonesia sebagai berikut:

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

4.1.4 Identitas Perusahaan

Nama : PT. Bank Syariah Indonesia

Alamat : Kantor Pusat Gedung The Tower, Jl.Gatot Subroto No. 27
Kelurahan Karet Semanggi, Kecamatan Setiabudi, Jakarta Selatan 12930

Website : <https://www.bankbsi.co.id/>

Telepon : 14040

4.1.5 Struktur Organisasi

- a. Dewan Komisaris ¹¹²

Jajaran Dewan Komisaris dapat dilihat pada table berikut :

¹¹² www.bankbsi.co.id diakses pada 23 Desember 2023

Tabel 4. 1 Struktur Organisasi

Dewan Komisaris		
No	Nama	Jabatan
1.	Adiwarma Azwar Karim	Komisaris Utama merangkap komisaris independent
2.	Muhammad Zainul Majid	Wakil Komisaris Utama/Komisaris Independent
3.	Masduki Baidlowi	Komisaris
4.	Imam Nudi Sarjito	Komisaris
5.	Sutanto	Komisaris
6.	Suryanto	Komisaris
7.	M. Arif Rasyid Hasan	Komisaris Independent
8.	Kamaruddin Hayat	Komisaris Independent
9.	Bangun Sarwito Kasmulyo	Komisaris Independent

(Sumber: Data diolah, 2023)

b. Dewan Pengawas Syariah

Dewan Pengawas Syariah (DPS) pada Bank BSI diantaranya yaitu :

1. Dr. KH. Hasanudin, M.Ag, selaku ketua DPS Bank BSI
2. Dr. H. Oni Sahroni, MA, anggota DPS Bank BSI
3. Dr. H. Mohammad Hidayat, anggota DPS Bank BSI
4. Prof. Dr. KH. Didin Hafidhuddin, M.sc, anggota DPS Bank BSI

c. Dewan Direksi

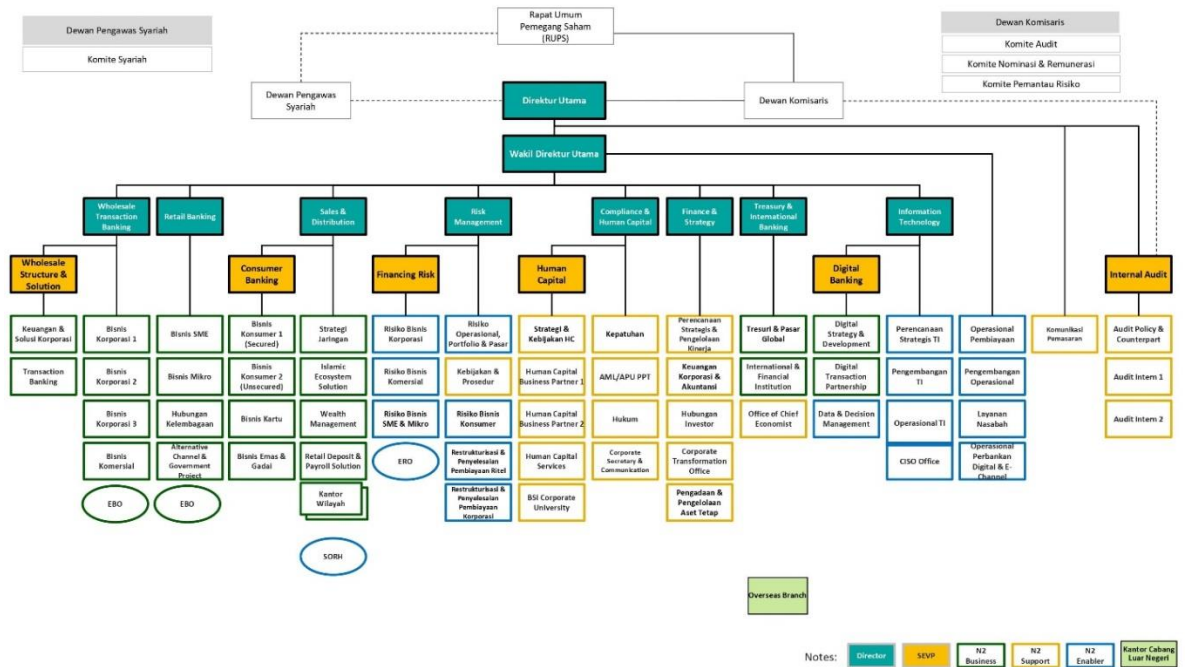
Jajaran dewan direksi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 2 Dewan Direksi BSI

Dewan Direksi Bank BSI		
No	Nama	Jabatan
1.	Hery Gunardi	Direktur Utama
2.	Ngatari	Wakil Direktur Utama

3.	Abdullah Firman Wibowo	Wakil Direktur Utama 2
4.	Kusman Yandi	Direktur Wholesale Transaction Banking
5.	Kokok Alun Akbar	Direktur Retail Banking
6.	Anton Sukarna	Direktur Sales & Distribution
7.	Achmad Syafi'i	Direktur Informasi Technology
8.	Tiwul Widayastuti	Direktur Risk Management
9.	Tribuana Tunggadewi	Directur Compliance & Human Capital
10.	Ade Cahyo Nugroho	Direktur Finance & Strategy

Tabel 4. 3 Struktur Organisasi BSI Pusat



4.2 Karakteristik Responden

Data diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada nasabah BSI Mobile dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang tahun akademik 2020- 2022 pengguna BSI Mobile. Sedangkan tehnik pengambilan sampelnya ialah purposive sampling sebanyak 94 responden.

Berikut merupakan tabel pembagian responden berdasarkan :

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.4 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	44	46,8%
Perempuan	50	53,2%
Jumlah	94	100%

Berdasarkan tabel diatas responden pada penelitian ini didominasi oleh perempuan 50 orang (53,2%) laki-laki dengan jumlah 44 orang (46,8%).

2. Tahun Akademik

Tabel 4.5 Tahun Akademik Responden

Tahun akademik	Frekuensi	Presentase
2020	22	23,4%
2021	34	36,2%
2022	38	40,4%
Total	94	100

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa mahasiswa Angkatan 2022 berjumlah 38 orang (40,4%), 2021 berjumlah 34 (36,2%), 2020 berjumlah 22 orang (23,4%). Pengambilan jumlah responden berdasarkan keadaan nyata di lapangan bahwa jumlah mahasiswa angkatan 2022 memiliki jumlah mahasiswa terbanyak dibandingkan dengan mahasiswa angkatan 2020 atau 2021. Maka dari itu penulis mengambil responden berdasarkan urutan jumlah mahasiswa per angkatan.

3. Program Studi

Tabel 4.6 Program Studi Responden

Program Studi	Frekuensi	Presentase
----------------------	------------------	-------------------

Ekonomi Syariah	26	27,6%
Perbankan Syariah	34	36,2%
Akuntansi	20	21,2%
Manajemen	14	15%
Total	94	100%

Berdasarkan tabel diatas diketahui responden prodi ekonomi syariah berjumlah 26 orang atau 27,6%, perbankan syariah 34 orang atau 36,2%, akuntansi 20 orang atau 21,2% dan manajemen 14 orang atau 15%.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Validitas

Pengujian validitas difungsikan sebagai alat untuk mengukur seberapa teliti suatu test melakukan fungsi ukurnya, tes yang dilakukan pada uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara r-hitung dengan r-tabel. Pengujian dikatakan valid apabila :

- Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (pada taraf $\alpha = 5\%$), maka item yang terdapat dalam kuesioner terbilang valid.
- Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (pada taraf $\alpha=5\%$), maka item yang terdapat dalam kuesioner terbilang tidak valid.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS. Jumlah responden pada uji validitas ini ialah 30 orang. Menurut Singarimbun dan Effendi, jumlah responden pengujian minimal 30 orang agar terdistribusi nilai akan mendekati kurva normal. Adapun hasil dari uji validitas ialah sebagai berikut.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	keterangan
	X1.1	0,744	0,202	Valid
	X1.2	0,740	0,202	Valid

Kemudahan Penggunaan (X1)	X1.3	0,740	0,202	Valid
	X1.4	0,728	0,202	Valid
	X1.5	0,727	0,202	Valid
	X1.6	0,685	0,202	Valid
	X1.7	0,674	0,202	Valid
	X1.8	0,722	0,202	Valid
Keamanan (X2)	X2.1	0,722	0,202	Valid
	X2.2	0,764	0,202	Valid
	X2.3	0,725	0,202	Valid
	X2.4	0,765	0,202	Valid
	X2.5	0,800	0,202	Valid
	X2.6	0,730	0,202	Valid
Fitur Layanan (X3)	X3.1	0,729	0,202	Valid
	X3.2	0,819	0,202	Valid
	X3.3	0,755	0,202	Valid
	X3.4	0,752	0,202	Valid
	X3.5	0,727	0,202	Valid
	X3.6	0,675	0,202	Valid
	X3.7	0,704	0,202	Valid
	X3.8	0,679	0,202	Valid
	Y.1	0,739	0,202	Valid
	Y.2	0,766	0,202	Valid

Keputusan Penggunaan (Y)	Y.3	0,758	0,202	Valid
	Y.4	0,700	0,202	Valid
	Y.5	0,742	0,202	Valid
	Y.6	0,702	0,202	Valid
	Y.7	0,671	0,202	Valid
	Y.8	0,634	0,202	Valid
	Y.9	0,701	0,202	Valid
	Y.10	0,657	0,202	Valid

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang ditunjukkan untuk mengetahui sejauh apa konsistensi hasil pengukuran jika pengukuran dilakukan secara berulang, metode alpha cronbach's digunakan dalam pengujian reliabilitas dalam program spss pada pengujian ini dapat dikatakan reliable apabila cronbach alpa $> 0,60$.

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS. Jumlah responden pada uji reliabilitas ini ialah 30 orang. Menurut Singarimbun dan Effendi, jumlah responden pengujian minimal 30 orang agar terdistribusi nilai akan mendekati kurva normal. Adapun hasil dari uji reliabilitas ialah sebagai berikut :

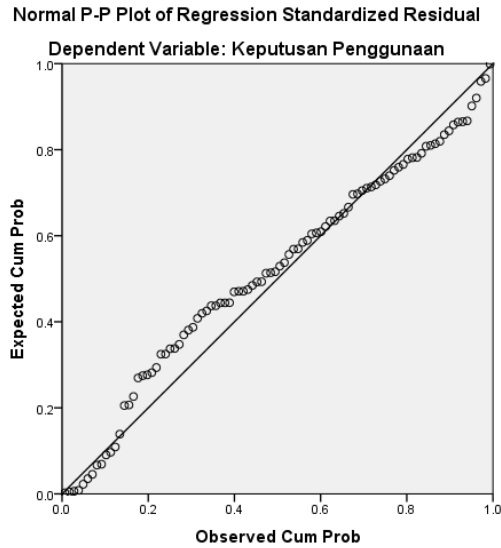
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kemudahan Penggunaan (X1)	0,866	Reliabel
Keamanan (X2)	0,845	Reliabel
Fitur Layanan (X3)	0,871	Reliabel
Keputusan Penggunaan (Y)	0,888	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai Cronbach alpha semua variabel diatas 0,6. Maka dapat dikatakan data pada penelitian ini lolos uji reliabilitas.

4.3.3 Uji Normalitas

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas



(Sumber: Data diolah, 2023)

Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan grafik P-Plot, difungsikan sebagai penjelas untuk mengetahui apakah data yang diuji terdistribusi normal. Dapat dikatakan terdistribusi normal apabila data atau titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

4.3.4 Uji Multikolinieritas

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.810	3.386		1.125	.263		
	Kemudahan Penggunaan	.338	.105	.288	3.230	.002	.441	2.269
	Keamanan	.255	.125	.132	2.050	.043	.838	1.193
	Fitur Layanan	.595	.105	.527	5.694	.000	.408	2.452

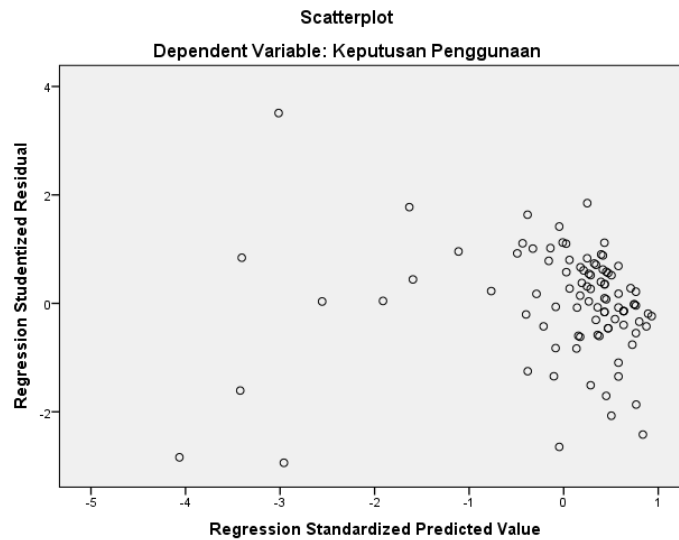
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

(Sumber: Data diolah, 2023)

Tabel diatas menunjukkan hasil uji multikolinieritas SPSS pada tabel menunjukkan bahwa variabel X1 menghasilkan nilai VIF 2,269 dan nilai tolerance 0,441. Variabel X2 dengan nilai VIF 1,193 dan nilai tolerance 0,838. Variabel X3 dengan nilai VIF 2,452 dan nilai tolerance 0,408. Maka dapat disimpulkan dari nilai VIF ketiga variabel menunjukkan lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1 dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas dalam penelitian ini.

4.3.5 Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



(sumber: Data diolah, 2023)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode grafik scatterplot diperoleh hasil bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas dan titi-titik menyebar diatas dan dibawa angka 0 pada sumbu Y. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4.3.6 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	.685	.675	3.173

a. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Keamanan, Kemudahan Penggunaan

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

(Sumber: Data diolah,2023)

Tabel 4.16 menunjukkan hasil pengujian uji koefisien dterminasi dapat ditarik kesimpulan bahwa R² sebesar 0,675 atau 67,5% . Hal ini menunjukkan adanya pengaruh variabel kemudahan penggunaan, keamanan dan fitur layanan terhadap keputusan penggunaan sejumlah 67,5%. Jumlah selisih sisa 32,5% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

4.3.7 Uji F

Uji F digunakan untuk mencari atau mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel yang dipengaruhi atau dependen secara simultan. Pada pengujian Uji F ini, dilakukan perbandingan tingkat signifikansi (sig.F) dengan tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$). Apabila sig.F < 0,05 atau apabila Fhitung > Ftabel, maka hipotesis nol ditolak artinya variabel independen secara bersamaan memiliki pengaruh pada variabel bebas atau independen. Pengujian Uji F menggunakan hipotesis sebagai berikut:

H₀= Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Fitur Layanan secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan BSI Mobile pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Angkatan 2020-2022.

H_a= Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Fitur Layanan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan BSI Mobile pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Angkatan 2020-2022.

Tabel 4.11 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1971.717	3	657.239	65.272	.000 ^b
	Residual	906.230	90	10.069		
	Total	2877.948	93			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Keamanan, Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan tabel diatas dilihat nilai Fhitung 65,272 disertai degree of freedom (df) sebagai pembilang = 4 – 1 =3 dan df sebagai penyebut = 94 – 4 = 90 dengan signifikansi 0,05. Maka ftabel sebesar 2,71 dengan demikian dapat disimpulkan fhitung 65,272 > ftabel 2,71 dengan dikuatkan signifikansi 0,000 < 0,05.

4.3.8 Uji t

Tabel 4.12 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.810	3.386		1.125	.263		
	Kemudahan Penggunaan	.338	.105	.288	3.230	.002	.441	2.269
	Keamanan	.255	.125	.132	2.050	.043	.838	1.193
	Fitur Layanan	.595	.105	.527	5.694	.000	.408	2.452

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

(Sumber: Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel *coefficients* diatas, maka dapat dilakukan uji hipotesis untuk setiap variabel bebas sebagai berikut:

1. Menurut hasil uji parsial untuk variabel independen pertama yaitu Kemudahan Penggunaan (X_1), diperoleh t hitung sebesar 3,230 > 1,982 serta nilai signifikan 0,002 < 0,05. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Kemudahan Penggunaan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan BSI Mobile. **H1 diterima.**
2. Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel independen kedua yaitu Keamanan (X_2) diperoleh t hitung dan t tabel sebesar 2,050 > 1,982 serta nilai signifikansi 0,043 < 0,05. Dapat ditarik kesimpulan bahwa

Keamanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan BSI Mobile. **H2 diterima.**

3. Menurut hasil uji parsial dengan variabel bebas Fitur layanan (X_3) diketahui t hitung dan t tabel sebesar $5,694 < 1,982$ serta nilai signifikansi $0,000 > 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan BSI Mobile. **H3 diterima.**

4.3.9 Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	3.810	3.386		1.125	.263		
	Kemudahan Penggunaan	.338	.105	.288	3.230	.002	.441	2.269
	Keamanan	.255	.125	.132	2.050	.043	.838	1.193
	Fitur Layanan	.595	.105	.527	5.694	.000	.408	2.452

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

(sumber: Data diolah, 2023)

Berdasarkan hasil analisis regresi ini diperoleh pada tabel, model regresi sebagai berikut:

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

$$Y = 3,810 + 0,338X_1 + 0,255X_2 + 0,595X_3 + \varepsilon$$

Adapun tafsiran dari persamaan regresi linear berganda tersebut adalah :

- a. Konstanta menunjukkan hasil sebesar 3,810 dan bernilai positif memiliki arti jika variabel-variabel independen (X) diasumsikan tetap atau tidak mengalami perubahan maka nilai Y pada variabel keputusan penggunaan adalah senilai 3,810.
- b. Koefisien regresi variabel Kemudahan Penggunaan sebesar 0,388 dengan arah positif. Apabila setiap kenaikan kemudahan penggunaan 1satuannya akan menaikkan keputusan penggunaan sebesar 0,388 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain tidak berubah atau konstan.
- c. Koefisien regresi variabel keamanan sebesar 0,255 dengan arah positif. Apabila setiap kenaikan keamanan 1 satuan maka akan menaikkan

keputusan penggunaan sebesar 0,255 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain tidak berubah atau konstan.

- d. Koefisien regresi variabel fitur layanan sebesar 0,595 dengan arah positif. Apabila setiap kenaikan fitur layanan 1satuan maka akan menaikkan keputusan penggunaan sebesar 0,595 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain tidak berubah atau konstan.

4.4 Pembahasan

Pengambilan data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner yang telah disebar kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2020-2022 sebanyak 94 orang melalui *google form*. Setelah kuesioner terkumpul, kemudian data diolah dan dianalisis.

1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan *BSI Mobile*.

Kemudahan penggunaan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya. Persepsi seseorang tentang kemudahan dalam menggunakan suatu sistem merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut akan bebas dari kesalahan dan suatu usaha. Semakin mudah suatu sitem tersebut dalam penggunaannya maka lebih sedikit upaya yang harus dikerjakan seseorang sehingga dapat meningkatkan kinerja seseorang ketika menggunakan teknologi tersebut. Karena kemudahan penggunaan merupakan usaha yang tidak memberatkan atau tidak membutuhkan kemampuan yang tinggi ketika seseorang menggunakan suatu sistem tersebut.

Berdasarkan **Tabel 4.12** menunjukkan bahwa nilai t-hitung kemudahan penggunaan (X1) 3,230 t-hitung > nilai t-tabel 1,982. Sehingga H1 diterima, yang berarti kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *BSI Mobile* pada mahasiswa FEBI angkatan 2020-2022 UIN Walisongo Semarang. Hasil ini dapat diartikan bahwa semakin mudah aplikasi *BSI Mobile* untuk digunakan, maka akan meningkatkan keputusan penggunaan seseorang dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Menurut penulis, penjelasan tersebut sesuai dengan fenomena yang telah diteliti. Mahasiswa menggunakan *BSI Mobile* karena kemudahan yang disajikan

seperti kemudahan bertransaksi serta dapat digunakan untuk menunjang sarana pendidikan seperti pembayaran UKT dan sejenisnya.

Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Arthika Rajaratnam menyatakan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking. Sedangkan penelitian yang dilakukan Salsabila Linnatunnisa dan Rini Safitri menyatakan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile.

2. Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan *BSI Mobile*.

Keamanan adalah kemampuan perusahaan untuk mengontrol dan menjaga keamanan transaksi data. Keamanan memberikan kemampuan sistem untuk mencegah penggunaan data secara ilegal atau tidak efisien untuk mencegah penjahat cyber dan peretas. Keamanan adalah hal terpenting yang dicari nasabah saat menyimpan uangnya ke bank. Karena banyaknya risiko, terutama transfer dana dan data melalui akses tidak sah, maka jika bank tidak dapat menjamin keamanannya banyak orang yang enggan melakukan transaksi online.

Berdasarkan **Tabel 4.12** menunjukkan bahwa nilai t-hitung keamanan (X_2) 2,050 t-hitung > nilai t-tabel 1,982. Sehingga H_2 diterima, yang berarti keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *BSI Mobile* pada mahasiswa FEBI angkatan 2020-2022 UIN Walisongo Semarang. Hasil ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan aplikasi *BSI Mobile* untuk bertransaksi, maka akan meningkatkan keputusan penggunaan seseorang dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Menurut penulis, penjelasan tersebut sesuai dengan fenomenanya yang terjadi saat ini pada kalangan mahasiswa. Mahasiswa menggunakan *BSI Mobile* karena merasa lebih aman untuk melakukan transaksi pembayaran melalui aplikasi *m-banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hamid dkk membuktikan bahwa keamanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan internet banking. Sama dengan itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Dandy Kurnia menyatakan bahwa keamanan berpengaruh terhadap

keputusan penggunaan. Namun sebaliknya, penelitian yang dilakukan Umami Khoiriyah dan Purnama menyatakan keamanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui *BSI Mobile*.

3. Pengaruh Fitur Layanan terhadap Keputusan Penggunaan *BSI Mobile*.

Fitur layanan merupakan suatu produk sebagai fungsi dengan karakteristik yang berbeda. Dengan adanya fitur memilih suatu produk untuk memilih produk yang diinginkan dan bagi seorang pemasar fitur adalah kunci penting bagi perusahaan agar mereka dapat membandingkan dengan produk pesaing lainnya.

Berdasarkan **Tabel 4.12** menunjukkan bahwa nilai t-hitung Fitur Layanan (X_3) 5,694 t-hitung > nilai t-tabel 1,982. Sehingga H_3 diterima, yang berarti fitur layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *BSI Mobile* pada mahasiswa FEBI angkatan 2020-2022 UIN Walisongo Semarang. Hasil ini dapat diartikan bahwa semakin baik fitur layanan yang diberikan oleh aplikasi *BSI Mobile*, maka akan meningkatkan keputusan penggunaan seseorang dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, mahasiswa sering menggunakan fitur layanan *BSI Mobile* seperti, fitur transfer dan top up *e-wallet*. Fitur transfer digunakan oleh mahasiswa karena memudahkan mereka untuk mengirim uang tanpa harus mengunjungi bank atau ATM. Sedangkan fitur top up *e-wallet* digunakan mahasiswa untuk mengirim uang ke dompet digital mereka seperti shopeepay, dana, ovo dan lain sebagainya. Mahasiswa menggunakan dompet digital untuk berbelanja ataupun membeli makanan, hal tersebut menjadi faktor fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arif Pribadi dan Rachmat Gunawan menyebutkan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah pengguna *internet banking*. Sama dengan itu, penelitian oleh Nurul Azizah dan Khusnul Fikriyah juga menyatakan bahwa fitur layanan memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan layanan *BSI Mobile*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian kemudahan penggunaan, keamanan, dan fitur layanan terhadap Keputusan penggunaan BSI *Mobile* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2020-2022 UIN Walisongo Semarang dapat diambil kesimpulan:

1. Variabel kemudahan penggunaan (X_1) berdasarkan hasil uji pada riset ini memiliki nilai t_{hitung} dan t_{tabel} masing-masing sebesar $2,050 > 1,982$ serta nilai signifikan $0,002 < 0,05$. Maka dapat dijelaskan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile*, hal tersebut mengartikan bahwa H_1 diterima. Artinya semakin mudah aplikasi BSI *Mobile* digunakan, maka keputusan penggunaan aplikasi BSI *Mobile* juga cenderung tinggi.
2. Variabel Keamanan (X_2) berdasarkan hasil uji pada riset ini memiliki nilai t_{hitung} dan t_{tabel} masing-masing $2,050 > 1,982$ serta nilai signifikansi $0,043 < 0,05$. Maka dapat dijelaskan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile*, hal tersebut mengartikan bahwa H_2 diterima. Artinya jika keamanan aplikasi BSI *Mobile* tinggi, maka keputusan penggunaan BSI *Mobile* juga akan meningkat.
3. Variabel fitur layanan (X_3) berdasarkan hasil uji pada riset ini memiliki nilai t_{hitung} dan t_{tabel} masing-masing sebesar $5,694 < 1,982$ serta nilai signifikansi $0,000 > 0,05$. Maka dapat dijelaskan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile*, hal tersebut mengartikan bahwa H_3 diterima. Artinya semakin bagus fitur layanan yang diberikan BSI *Mobile*, maka akan meningkatkan keputusan penggunaan BSI *Mobile*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti masih memiliki banyak kekurangan dalam melakukan penelitian ini. Maka dari itu, penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain:

1. Pada penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel untuk menilai keputusan penggunaan BSI *Mobile* kemudahan penggunaan, keamanan dan fitur layanan sehingga kesimpulan penelitian ini dibatasi pada variabel tersebut.

2. Sampel yang diambil oleh peneliti tidak memiliki cakupan yang luas, responden pada penelitian ini hanya berjumlah 94 orang dan belum mampu menggambarkan keadaan yang sebenarnya.

5.3 Saran

Berdasarkan penulisan penelitian ini, peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan di dalamnya. Untuk itu, peneliti memberikan saran agar mendapat gambaran sebagai bahan pertimbangan dan penyempura penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian serupa. Maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat dijadikan dasar bagi penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel-variabel tambahan yang terkait dan lebih banyak menambah referensi untuk dapat memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan penggunaan *BSI Mobile*.

2. Bagi Perbankan Syariah

Dengan dilakukan penggabungan dari ketiga Bank Syariah yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah dan berganti menjadi Bank Syariah Indonesia. Diharapkan untuk lebih meningkatkan kemudahan penggunaan, keamanan dan fitur layanan, agar *BSI Mobile* semakin meningkat dan berkembang. Dengan demikian dapat bersaing dengan teknologi perbankan lainnya.

3. Bagi *BSI Mobile*

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan, berikut adalah saran yang dapat diberikan bagi *BSI Mobile*:

- Peningkatan kemudahan penggunaan. *BSI Mobile* perlu terus ditingkatkan kemudahan penggunaannya agar lebih *user-friendly* dan mudah dipahami oleh nasabah dari berbagai kalangan, termasuk generasi Z
- Pengembangan fitur-fitur baru. *BSI Mobile* perlu terus dikembangkan dengan menambahkan fitur-fitur baru yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan riset dan survei terhadap nasabah untuk mengetahui kebutuhan mereka.

- Peningkatan keamanan dan keandalan. BSI Mobile perlu ditingkatkan keamanan dan keandalannya agar nasabah merasa aman dan nyaman dalam menggunakannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Widjana Mahardika, *Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Bank Di Surabaya* (Surabaya: Rajawali, 2010)
- Afghani, Moh Faqih, and Emma Yulianti, 'Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi e-Banking Di Bank BRI Surabaya', *Journal of Business & Banking*, 6.1 (2017), 113–28
- Afghani, Moh Faqih, Emma Yulianti, and Shah Ankit, 'Factors Influencing Online Banking Customer Satisfaction and Their Importance in Improving Overall Retention Levels: An Indian Banking Perspective', *Information and Knowledge Management*, 1.1 (2011), 113–28
- Agriyanto, Ratno, 'Redefining Objective of Islamic Banking; Stakeholders Perspective in Indonesia', *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 6.2 (2015), 77–90
<<https://doi.org/10.21580/economica.2015.6.2.795>>
- Agustiningrum, Dian, and Anik Lestari Andjarwati, 'Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9.3 (2021), 896–906
- Al-Arif, Muhammad Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010)
- Alhusain, Achmad Sani, 'Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional', *Info Singkat: Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 13.3 (2021), 19–24
- Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Ansori, Muslich, and Sri Ismawati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2017)
- Aprilia, Risma Weti, 'Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Di Kabupaten Kebumen' (Universitas Putra Bangsa, 2023)
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)
- Barata, Adya, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2011)
- Devy, Nurul Azizah Aunillah, and Khusnul Fikriyah, 'Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile Pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Dipenogoro', *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2.1 (2022), 1386–98
- Ermawati, Nanik, and Zamrud Mirah Delima, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Dan Pengalaman Terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem E-Filing (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kabupaten Pati)', *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 5.2 (2016), 163–74
- Fauziati, Popi, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model

- (TAM)', *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Auditing*, 2010
- Febrianti, Dwita, Sella Azara Lailatul Hidayah, Abdullah Abdullah, and Nadia Fathurrahmi Lawita, 'Penerapan Basis Data Pada Perusahaan Perbankan (Studi Kasus Penerapan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia)', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5.2 (2021), 3686–93
- Firdaus, Achmad Ghifari, 'Pengguna BSI Mobile Capai 4,81 Juta, Melesat 39% Pada 2022', 2023 <<https://finance.wartaekonomi.co.id/read20283/pengguna-bsi-mobile-capai481-juta-melesat-39-pada-2022>>
- Firmansyah, Anang, and Didin Fatihudin, *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019)
- Gani, Irwan, and Siti Amalia, *Alat Analisis Data* (Yogyakarta: Andi Offset, 2018)
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 25* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2018)
- Hadi, Syamsul, 'Novi. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking', *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 2015
- Hamid, Abdul, and Early Ridho Kismawadi, 'Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking', *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2020, 93–108
- Handoko, Arry Dwi, and Ronny Ronny, 'PENGARUH FAKTOR KEAMANAN, KEANDALAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BRI DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING', *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 9.2 (2020), 79–91
- Iqbal, Johandri, Heriyani, and Isroq Urrahmah, 'Pengaruh Kemudahan Dan Ketersediaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking', *Global Finacial Accounting Journal*, 5.2 (2021), 29
- Jogiyanto, *Sistem Teknologi Informasi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2009)
- Kamarudin, Jamaludin, Nursiah Nursiah, and Melisa Novianti, 'Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan, Dan Resiko Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Kabupaten Mamuju)', *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1.2 (2022), 11–18
- Kartajaya, Hermawan, and Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006)
- Khoiriyah, Ummi, and Purnama Putra, 'Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.3 (2022), 2522–35
- Kurnia, Dandy, 'Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Banking Jenius Pt. Bank Tabungan Pensiun Nasional', *UG Journal*, 14.8 (2021)
- Lallmahamood, Muniruddeen, 'An Examination of Individual's Perceived Security and Privacy of the Internet in Malaysia and the Influence of This on Their Intention to Use E-Commerce: Using an Extension of the Technology Acceptance Model', *Journal of Internet Banking and*

Commerce, 12.3 (2007), 1

- Lestari, Novela Rizki, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Internet Banking Nasabah Bank BRI Di Surabaya', *Perbanas Journal of Business and Banking*, 8.1 (2018), 521131
- Linnatunnisa, Salsabila, 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Perceived Ease of Use Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Dengan Sikap Pengguna Sebagai Variabel Mediasi' (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2022)
- Marcelliana, Vanesha, Salsabila Muthia Zahra, Ninda Nur Adzani, Hanif Nur Massaid, Nurhasna Badriyyah, Raina Benita, and others, 'PENERAPAN PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP NASABAH PT. BANK SYARIAH INDONESIA DALAM KASUS KEBOCORAN DATA NASABAH', *Depositi: Jurnal Publikasi Ilmu Hukum*, 1.2 (2023), 180–94
- Muhammad, *Kebijakan Moneter Dan Fiskal Dalam Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2002)
- Mukhtisar, Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, and Evriyenni Evriyenni, 'Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)', *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 3.1 (2021), 56–72
- Mulkan, Mulkan, 'Manajemen Strategi Layanan Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri (Bsm)', *Jurnal Manajemen Dakwah*, 8.1 (2020)
- Murtono, Imam, *Pengambilan Keputusan Dalam Organisasi* (Jakarta: Lembaga Pengembangan Tenaga Pendidikan, 2009)
- Nasri, Wadie, and Lanouar Charfeddine, 'Factors Affecting the Adoption of Internet Banking in Tunisia: An Integration Theory of Acceptance Model and Theory of Planned Behavior', *The Journal of High Technology Management Research*, 23.1 (2012), 1–14
- Nurastuti, Wiji, *Teknologi Perbankan* (Jakarta: Graha Ilmu, 2011)
- Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2006)
- 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*, 10.10 (2021), 859
- Pramelani, Pramelani, and Safrezi Fitra, 'Pengaruh Promosi Dan Fitur Layanan Transaksi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pemilihan E-Wallet', *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16.3 (2020), 208–13
- Pribadi, Arif, and Rachmat Gunawan, 'Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi Kasus Bri Syariah Pusat)', *Jurnal Visionida*, 6.2 (2020), 64–71
- PT. Bank Syariah Indonesia, *Laporan Tahunan 2021*, 2021
<<https://ir.bankbsi.co.id/misc/AR/AR2021/ID/10/>>

- , *PT. Bank Syariah Indonesia Tbk 1H22 Presentation*, 2022
<https://ir.bankbsi.co.id/newsroom/a6dfea5ca5_1841c0705f.pdf>
- Rajaratnam, Arthika, ‘A Study on Perceived Ease of Use on Customers Adoption to Use Mobile Banking Services’
- Ramadhan, Reza, ‘Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, Dan Persepsi Harga Pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Di Bank Syariah Mandiri Surabaya’ (Universitas Airlangga, 2016)
- Ramadhani, Rianti Hikmah, ‘Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara)’ (Universitas Sumatera Utara, 2019)
- Rangkuti, Freddy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003)
- Riyanto, and Irsyat Iffano Sarno, *Sistem Management Keamanan Informasi* (Surabaya: Putra Media Nusantara, 2009)
- Sa’diyah, Mahmudatus, and Nur Aziroh, ‘Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna Mobile Banking Di Bank Muamalat Indonesia 118 Kantor Cabang Pembantu Kudus’, *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1 (2013), 118–44
- Sangadji, Etta Mamang, and Sopiha, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010)
- Saptawati, Yulisa, ‘Pengaruh Persepsi Kemudahan, Keamanan & Manfaat Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bulukumba’, 2019
- Sati, Ratna Asri Saras, and B B A Ramaditya, ‘Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)/Effect Of Perception Of Benefits, Easy Perception Of Use, Trust And Risk’, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)*, 2020
- Siagian, Siti Bejana, and Khairina Tambunan, ‘Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan’, *JKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2.1 (2022), 1051–60
- Sidik, Syahrizal, ‘Gegara Ini, Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Melesat 98%’, *CNBC Indonesia*, 2021 <<https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20210823140844-29-270488/gegara-ini-mobile-banking-bank-syariah-indonesia-melesat-98>>
- Singarimbun, Masri, and Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei* (LPPES, 1995)
- Singh, Sindhu, and R K Srivastava, ‘Predicting the Intention to Use Mobile Banking in India’, *International Journal of Bank Marketing*, 36.2 (2018), 357–78
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2017)

———, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*

———, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Teras, 2013)

Sulistiyarini, Suci, 'Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory of Planned Behavior (TPB)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1.2 (2012), 1689–99

Suryani, Tatik, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012)

Tanzeh, Ahmad, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Teras, 2009)

Tirtana, Irwan, and Shinta Permata Sari, 'Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking', 2014

Tjiptono, Fandy, and Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, 4th edn (Yogyakarta: ANDI, 2016)

Umar, Husein, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009)

Wibowo, Lili Adi, and Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran* (Bandung: Alfabeta, 2017)

Wibowo, Setyo Ferry, Dede Rosmauli, and Usep Suhud, 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)', *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6.1 (2015), 440–56

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Assalamualaikum Wr.Wb

Perkenalkan saya Aji Muhammad Ryanto, mahasiswa Perbankan Syariah yang saat ini sedang melakukan penelitian skripsi dengan kerendahan hati saya memohon bantuannya saudara/saudari mahasiswa FEBI UIN Walisongo Kota Semarang untuk meluangkan waktunya sebentar dalam membantu mengisi dan menjawab kuisisioner dengan link yang ada di bawah ini :

<https://forms.gle/a8Z72pxHuMoJHTcz5>

Adapun kriteria yang dapat mengisi kuisisioner, yaitu:

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang semua prodi angkatan 2020-2022.
2. Memiliki BSI Mobile.
3. Sudah melakukan transaksi menggunakan BSI Mobile minimal 1 kali

Atas perhatian dan partisipasinya saya ucapkan banyak terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama:
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Angkatan: 2020 2021
 2022
4. Program Studi: Ekonomi Islam Perbankan Syariah
 Manajemen Akuntansi

PETUNJUK PENGISIAN

Pilihlah salah satu jawaban yang ada dikolom pernyataan di bawah ini.

Pilihan jawaban :

1 = sangat tidak setuju

2 = tidak setuju

3 = netral

4 = setuju

5 = sangat setuju

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
Kemudahan Penggunaan (X1)						
a. Mudah Untuk Digunakan						
1.	Saya merasa menggunakan BSI Mobile mempermudah proses transaksi					
2.	Saya merasa BSI Mobile dapat digunakan dengan mudah dimanapun dan kapanpun					
b. Mudah Untuk Dipahami						
3.	Saya merasa susunan menu pada BSI Mobile jelas dan mudah dipahami					
4.	Saya merasa BSI Mobile lebih mudah digunakan dibandingkan dengan ATM atau harus mengunjungi bank untuk bertransaksi					
c. Fleksibel Untuk Digunakan						
5.	Saya merasa informasi layanan pada BSI Mobile cukup jelas					
6.	Saya merasa cara penggunaan BSI Mobile mudah dipelajari					
d. Tidak Membutuhkan Banyak Usaha						
7.	Saya merasa BSI Mobile membuat transaksi menjadi lebih praktis dan fleksibel					
8.	Saya merasa mudah untuk mendapatkan apa yang saya butuhkan seperti informasi saldo, transfer antar rekening dan pembayaran tagihan dalam menggunakan BSI Mobile					
Keamanan (X2)						
a. Keamanan Pembayaran Seluler						
1.	Saya yakin bahwa informasi transaksi di BSI Mobile tidak akan hilang selama sesi daring					
2.	Saya percaya bahwa semua informasi transaksi akan tersimpan dalam data yang aman					
b. Keamanan Jaringan						
3.	Saya yakin transaksi di BSI Mobile hanya akan sampai ke rekening bank yang dituju					
4.	Saya percaya transaksi BSI Mobile tidak mudah mengalami error jaringan					
c. Keamanan Perangkat						
5.	BSI Mobile memiliki perlindungan yang cukup untuk membuat saya merasa aman melakukan operasional perbankan					
6.	BSI Mobile merupakan aplikasi transaksi mobile banking yang aman karena tidak mengakses data pribadi dalam perangkat					
Fitur Layanan (X3)						
a. Akses Informasi Mudah ke Produk atau Layanan						
1.	Saya merasa fitur yang ada pada layanan BSI Mobile mudah					

	dimengerti					
2.	Saya merasa mudah untuk mengakses informasi transaksi pada BSI Mobile					
b. Keberagaman Layanan Transaksi						
3.	Saya dapat melakukan transaksi non tunai, seperti : transfer, cek saldo, pembayaran tagihan, pembelian pulsa dan lain-lain					
4.	Saya dapat melakukan top up e-commerce seperti : shopee, bukalapak, tokopedia, blibli, dan lain-lain					
c. Keragaman Fitur						
5.	Saya merasa terdapat keberagaman fitur layanan pada BSI Mobile					
6.	Saya merasa puas terhadap keberagaman fitur layanan yang tersedia dalam BSI <i>Mobile</i>					
d. Inovasi Produk dan Penambahan Fitur						
7.	Saya merasa fitur tambahan layanan islami seperti : juz amma, asmaul husna, kalkulator qurban, dan lain-lain tidak bisa didapatkan di <i>mobile banking</i> lain					
8.	Saya merasa inovasi produk dan fitur tambahan tersebut menarik					
Keputusan Penggunaan (Y)						
a. Pengenalan Kebutuhan						
1.	Saya menggunakan BSI <i>Mobile</i> karena kebutuhan untuk bertransaksi secara online					
2.	Saya menggunakan BSI <i>Mobile</i> untuk keefisienan waktu dan tempat					
b. Pencarian Informasi						
3.	Saya mencari informasi terkait BSI <i>Mobile</i> di media sosial					
4.	Saya bertanya tentang kendala ke call center atau BSI chat					
c. Evaluasi Alternatif						
5.	Saya melakukan evaluasi atas kekurangan dan kelebihan BSI Mobile					
6.	Saya membandingkan BSI Mobile dengan mobile banking bank lain					
d. Keputusan Penggunaan						
7.	Saya memutuskan menggunakan BSI Mobile karena informasi yang saya cari sendiri					
8.	Saya memutuskan menggunakan BSI Mobile atas saran orang lain					
e. Perilaku Pasca Pembelian						
9.	Saya merasa setelah menggunakan BSI Mobile telah meningkatkan kinerja transaksi					
10.	Saya merasa BSI Mobile memberikan kenyamanan dalam bertransaksi					

Lampiran 2 tabulasi data

Kemudahan Penggunaan (X1)

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL X1
1	5	4	5	4	5	3	4	4	34
2	2	2	2	2	2	3	3	3	19
3	5	5	5	5	4	4	4	4	36
4	4	4	5	4	5	4	5	5	36
5	5	4	4	4	3	4	5	4	33
6	5	5	4	5	4	4	4	3	34
7	5	4	4	5	5	3	4	4	34
8	4	4	4	4	4	4	4	5	33
9	4	5	4	4	3	4	4	4	32
10	5	5	4	4	5	3	3	3	32
11	5	5	5	4	4	4	4	5	36
12	5	5	5	5	4	4	4	4	36
13	4	4	4	4	4	4	5	5	34
14	5	5	5	5	4	4	4	4	36
15	5	5	5	5	5	4	4	4	37
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	4	5	5	5	4	3	4	4	34
18	5	4	4	3	4	5	5	3	33
19	4	4	4	4	4	4	5	4	33
20	4	4	5	4	5	5	4	5	36
21	4	5	4	5	4	4	4	4	34
22	5	4	4	3	4	5	4	4	33
23	5	5	4	4	5	5	5	5	38
24	4	4	3	4	4	4	4	3	30
25	5	4	4	5	5	4	4	4	35
26	2	2	3	3	3	3	4	4	24
27	4	4	4	3	4	5	5	4	33
28	4	4	5	4	4	3	3	3	30
29	5	5	5	5	5	4	4	4	37
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	4	5	4	5	4	3	3	3	31
32	4	4	4	4	5	5	5	5	36
33	5	5	4	5	4	4	4	3	34
34	5	4	4	4	5	5	3	4	34
35	4	4	5	4	5	5	5	4	36
36	5	4	4	5	5	4	4	5	36
37	4	4	4	5	5	3	3	3	31
38	5	5	5	4	4	2	2	4	31
39	5	5	4	4	4	5	3	3	33
40	2	3	2	2	2	3	3	3	20

41	5	5	5	4	5	4	4	4	36
42	4	2	4	5	4	2	2	2	25
43	4	4	5	5	4	4	2	3	31
44	4	4	4	5	5	3	3	4	32
45	3	3	3	3	4	4	4	4	28
46	4	4	5	5	5	4	4	4	35
47	5	4	4	5	4	4	4	4	34
48	4	4	5	5	4	4	3	4	33
49	5	5	4	5	4	5	4	4	36
50	5	5	5	5	2	3	3	3	31
51	4	4	5	3	4	3	3	3	29
52	5	5	5	4	5	5	4	5	38
53	5	5	5	4	4	4	4	5	36
54	5	4	4	5	5	5	4	4	36
55	4	5	4	5	5	5	4	4	36
56	5	5	5	5	4	4	4	4	36
57	4	4	5	5	5	3	3	3	32
58	4	4	4	4	4	5	5	4	34
59	3	3	3	2	3	3	3	3	23
60	4	5	4	5	5	3	5	3	34
61	5	5	5	4	4	4	5	4	36
62	5	5	5	3	3	4	4	4	33
63	3	2	3	3	2	2	2	2	19
64	2	2	2	1	2	1	1	1	12
65	5	4	5	4	5	3	4	3	33
66	5	4	4	4	5	4	5	4	35
67	4	5	4	5	4	3	3	4	32
68	4	5	4	5	5	3	3	3	32
69	4	5	4	5	5	3	4	3	33
70	5	5	5	4	4	3	4	5	35
71	5	5	5	5	4	4	5	4	37
72	5	5	4	4	5	4	4	4	35
73	5	5	5	5	4	4	4	5	37
74	4	4	5	5	5	4	4	4	35
75	4	5	4	5	5	5	4	5	37
76	3	3	3	2	2	3	3	3	22
77	4	5	4	5	5	4	4	5	36
78	5	5	5	4	3	3	3	3	31
79	4	3	2	2	3	2	2	2	20
80	4	5	4	3	3	3	3	3	28
81	5	4	5	5	5	5	4	4	37
82	5	4	4	4	4	3	3	4	31
83	5	5	5	4	5	4	4	4	36
84	4	5	4	5	5	4	3	3	33
85	5	4	4	4	4	4	4	4	33

86	4	4	5	5	5	5	4	3	35
87	5	4	4	5	5	5	4	4	36
88	5	4	4	5	5	5	5	5	38
89	4	4	5	5	5	4	4	4	35
90	3	3	3	3	4	4	3	3	26
91	4	4	4	5	5	4	3	4	33
92	4	5	5	4	4	5	4	5	36
93	5	4	4	4	5	3	3	4	32
94	5	5	4	4	4	3	5	4	34

Keamanan (X2)

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL X2
1	5	4	4	5	5	4	27
2	4	4	4	4	4	4	24
3	5	4	5	5	4	4	27
4	5	4	5	5	4	4	27
5	4	4	5	5	5	4	27
6	5	5	5	4	4	4	27
7	5	5	5	5	5	4	29
8	5	4	4	5	5	4	27
9	4	4	4	4	4	4	24
10	5	5	5	4	4	5	28
11	5	5	5	5	4	4	28
12	4	4	4	5	5	5	27
13	5	4	4	4	5	4	26
14	5	5	4	4	5	5	28
15	4	5	5	5	5	4	28
16	5	5	4	4	4	4	26
17	4	4	4	4	4	4	24
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	4	5	5	4	26
20	5	4	5	5	4	5	28
21	4	4	4	4	4	5	25
22	4	5	4	4	4	4	25
23	5	5	5	4	4	4	27
24	4	4	4	4	4	5	25
25	4	4	4	4	4	5	25
26	5	5	5	4	4	4	27
27	4	4	4	4	4	5	25
28	5	5	5	4	4	4	27
29	5	5	5	5	5	4	29
30	4	4	4	4	4	5	25

31	5	5	5	4	4	4	27
32	5	5	4	5	5	4	28
33	4	5	5	5	5	5	29
34	5	5	5	4	4	4	27
35	4	4	5	4	5	4	26
36	5	5	5	5	5	5	30
37	5	5	5	5	5	5	30
38	4	4	4	4	4	4	24
39	5	5	4	4	5	5	28
40	5	5	5	5	5	5	30
41	5	5	4	4	4	5	27
42	5	5	5	5	5	4	29
43	5	5	4	5	4	4	27
44	5	4	4	5	5	5	28
45	5	4	5	4	5	5	28
46	5	5	4	4	5	4	27
47	4	5	4	5	5	5	28
48	5	5	4	4	5	5	28
49	4	4	5	5	5	5	28
50	5	5	5	5	5	5	30
51	4	5	5	5	5	5	29
52	5	5	5	5	5	5	30
53	5	5	4	4	5	5	28
54	4	5	5	5	5	5	29
55	2	2	2	2	2	2	12
56	4	4	5	5	5	4	27
57	4	5	5	5	5	5	29
58	4	4	5	5	5	4	27
59	3	3	3	3	3	3	18
60	4	5	5	5	5	5	29
61	5	5	4	4	5	4	27
62	5	4	5	4	5	5	28
63	4	5	5	3	3	3	23
64	4	4	4	4	4	4	24
65	5	4	5	5	5	5	29
66	5	5	4	4	4	4	26
67	4	4	5	5	3	3	24
68	5	5	5	4	4	4	27
69	5	5	4	5	5	5	29
70	5	5	5	5	5	5	30
71	5	5	4	4	5	5	28
72	4	5	5	4	4	4	26
73	5	4	4	5	5	4	27
74	5	5	5	5	5	5	30
75	4	5	5	5	5	5	29

76	3	3	3	3	3	3	18
77	5	5	5	4	4	4	27
78	5	5	5	4	5	5	29
79	5	5	5	4	4	4	27
80	2	2	3	3	3	3	16
81	4	5	5	5	5	5	29
82	5	5	4	4	5	4	27
83	5	4	4	5	5	4	27
84	4	5	5	5	5	5	29
85	4	5	5	5	5	5	29
86	4	4	5	5	5	5	28
87	5	4	4	4	5	5	27
88	4	5	5	4	4	4	26
89	5	5	5	5	5	5	30
90	4	4	4	4	5	5	26
91	5	5	5	4	4	4	27
92	5	5	5	5	5	5	30
93	5	5	5	4	4	4	27
94	5	5	5	4	4	4	27

Fitur Layanan (X3)

Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	TOTAL X3
1	5	5	5	4	4	4	3	4	34
2	2	2	2	2	2	2	2	2	16
3	5	5	5	4	4	5	4	4	36
4	4	4	4	5	5	4	5	5	36
5	4	4	3	4	4	4	4	4	31
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	5	5	5	5	4	4	4	4	36
8	5	5	5	4	4	4	4	5	36
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	4	5	4	5	4	5	5	5	37
11	5	5	5	5	4	4	4	4	36
12	5	5	4	4	4	4	5	4	35
13	4	4	5	5	5	4	4	5	36
14	5	5	4	5	5	5	4	4	37
15	4	5	5	5	3	3	3	3	31
16	4	4	4	4	4	5	4	4	33
17	5	4	4	4	4	4	3	3	31
18	5	4	5	4	4	5	4	3	34
19	4	5	4	5	5	5	5	4	37
20	5	4	5	4	4	4	4	5	35
21	4	4	4	5	4	4	5	4	34

22	4	4	4	4	4	4	5	4	33
23	5	4	5	5	4	4	4	5	36
24	4	4	5	5	5	5	5	3	36
25	4	5	4	4	5	5	4	4	35
26	2	2	3	3	3	4	5	4	26
27	5	4	5	4	4	4	4	4	34
28	4	4	5	5	5	2	2	2	29
29	5	5	5	5	4	4	5	4	37
30	4	5	4	4	4	4	5	4	34
31	5	5	4	5	4	4	4	3	34
32	5	4	5	4	4	4	5	5	36
33	4	5	4	4	5	4	4	3	33
34	5	4	5	4	5	3	4	4	34
35	4	4	5	4	5	3	4	4	33
36	5	5	4	4	4	5	4	5	36
37	4	4	5	5	5	5	4	3	35
38	5	5	4	4	4	4	4	4	34
39	5	5	5	4	4	4	4	4	35
40	2	2	2	2	2	2	2	2	16
41	5	5	5	5	5	3	4	5	37
42	4	5	5	5	5	5	4	5	38
43	4	4	4	5	5	2	4	3	31
44	5	5	4	4	4	4	5	5	36
45	5	5	5	4	4	4	5	5	37
46	5	5	4	4	5	3	4	4	34
47	4	5	5	5	4	5	5	5	38
48	4	5	4	5	5	4	4	4	35
49	5	5	5	5	5	4	4	4	37
50	5	5	5	5	5	4	5	5	39
51	5	5	5	5	5	5	4	4	38
52	5	5	5	5	5	3	3	2	33
53	5	4	5	5	4	5	4	5	37
54	5	5	5	5	5	3	3	3	34
55	5	4	5	5	4	4	4	4	35
56	4	5	5	5	5	5	4	5	38
57	5	5	4	4	4	5	4	5	36
58	5	5	5	5	4	4	4	4	36
59	2	3	2	3	2	5	2	4	23
60	4	5	5	4	5	5	4	3	35
61	5	5	4	5	4	4	4	4	35
62	5	5	4	4	5	4	4	4	35
63	3	3	3	2	3	2	2	2	20
64	2	2	2	3	2	2	1	1	15
65	5	5	5	4	5	5	4	3	36
66	5	4	4	5	5	5	5	4	37

67	5	5	4	5	5	5	4	4	37
68	4	5	5	4	5	3	2	2	30
69	4	5	5	5	4	4	4	3	34
70	5	5	5	5	5	4	4	5	38
71	5	5	4	5	4	4	4	4	35
72	5	5	4	5	4	4	4	3	34
73	5	4	4	5	5	5	3	3	34
74	5	4	5	4	5	2	2	3	30
75	4	5	5	5	4	3	4	5	35
76	2	2	2	2	2	2	2	3	17
77	4	4	5	4	5	4	5	5	36
78	5	4	5	4	5	4	4	5	36
79	4	5	4	4	5	4	2	4	32
80	5	4	4	3	4	2	2	2	26
81	4	5	5	5	4	4	5	3	35
82	5	4	4	4	5	5	3	4	34
83	5	5	5	4	4	5	3	4	35
84	4	5	5	4	5	4	4	4	35
85	4	5	5	4	5	5	3	5	36
86	4	5	5	5	4	4	5	3	35
87	5	4	5	5	3	3	2	2	29
88	4	5	5	5	4	4	5	5	37
89	5	4	5	4	4	3	3	3	31
90	3	3	3	4	3	3	3	3	25
91	5	5	5	5	4	5	3	4	36
92	4	5	5	4	5	5	4	5	37
93	5	5	4	4	5	5	5	4	37
94	4	5	5	5	5	5	3	4	36

Keputusan Penggunaan (Y)

Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	TOTAL Y
1	5	5	4	5	4	3	3	4	4	3	40
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
3	5	4	5	4	4	5	3	3	3	4	40
4	5	5	4	4	4	5	3	3	3	3	39
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
6	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
7	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
8	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	43
9	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	39
10	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42
11	5	4	5	5	5	4	3	4	5	4	44
12	4	4	4	5	5	3	3	3	3	3	37
13	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	41
14	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45

15	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
16	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	44
17	4	5	5	4	4	2	5	2	2	2	35
18	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	45
19	4	5	5	5	5	3	5	5	5	3	45
20	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	46
21	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	43
22	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	45
23	5	4	5	5	5	4	4	3	3	4	42
24	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	44
25	4	5	5	5	5	3	3	5	5	3	43
26	2	2	3	3	3	5	4	5	4	5	36
27	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	46
28	5	5	5	5	5	3	2	3	3	3	39
29	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	45
30	4	4	4	5	5	3	5	4	4	3	41
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
32	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	44
33	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	40
34	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	43
35	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
36	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	45
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
38	4	4	5	5	5	2	4	4	3	3	39
39	5	5	4	5	5	2	3	2	3	3	37
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
41	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	46
42	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	42
43	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
44	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	46
45	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	45
46	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
47	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
48	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	44
49	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	46
50	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	38
51	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
52	5	5	5	5	5	2	3	3	1	2	36
53	4	5	5	5	4	4	3	5	4	4	43
54	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
55	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
56	3	3	3	3	5	4	4	4	3	4	36
57	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	47
58	5	4	5	5	4	5	4	3	3	5	43
59	3	3	2	2	2	4	3	4	3	4	30
60	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	46
61	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	44

62	4	4	5	5	5	5	5	3	4	5	45
63	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	17
64	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	13
65	4	4	4	5	5	5	3	3	4	5	42
66	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	45
67	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	46
68	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	43
69	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
70	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	45
71	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	47
72	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	44
73	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	45
74	5	5	5	5	5	2	2	2	3	2	36
75	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43
76	2	2	2	2	2	2	4	4	4	5	29
77	5	5	5	4	5	4	4	5	3	4	44
78	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	46
79	4	5	5	5	4	4	2	3	4	4	40
80	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	33
81	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	44
82	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	47
83	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	46
84	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	42
85	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	46
86	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
87	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
88	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	44
89	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	46
90	5	5	4	5	5	5	3	3	3	3	41
91	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	41
92	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	44
93	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	47
94	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	44

Lampiran 3 hasil uji validitas

A. Variabel Kemudahan Penggunaan (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.667**	.619**	.514**	.453**	.344**	.355**	.376**	.744**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.2	Pearson Correlation	.667**	1	.619**	.556**	.376**	.323**	.346**	.403**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.001	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.3	Pearson Correlation	.619**	.619**	1	.583**	.460**	.295**	.299**	.428**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.004	.003	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.4	Pearson Correlation	.514**	.556**	.583**	1	.627**	.298**	.245*	.323**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.004	.017	.001	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.5	Pearson Correlation	.453**	.376**	.460**	.627**	1	.437**	.369**	.426**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.6	Pearson Correlation	.344**	.323**	.295**	.298**	.437**	1	.632**	.587**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.004	.004	.000		.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.7	Pearson Correlation	.355**	.346**	.299**	.245*	.369**	.632**	1	.628**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.003	.017	.000	.000		.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.8	Pearson Correlation	.376**	.403**	.428**	.323**	.426**	.587**	.628**	1	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.744**	.740**	.740**	.728**	.727**	.685**	.674**	.722**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94

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

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

B. Variabel Keamanan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.645**	.440**	.359**	.443**	.352**	.722**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X2.2	Pearson Correlation	.645**	1	.600**	.364**	.419**	.410**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X2.3	Pearson Correlation	.440**	.600**	1	.544**	.361**	.344**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X2.4	Pearson Correlation	.359**	.364**	.544**	1	.695**	.496**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X2.5	Pearson Correlation	.443**	.419**	.361**	.695**	1	.680**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X2.6	Pearson Correlation	.352**	.410**	.344**	.496**	.680**	1	.730**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.000	.000		.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
TOTAL.X2	Pearson Correlation	.722**	.764**	.725**	.765**	.800**	.730**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94	94	94

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

C. Variabel Fitur Layanan (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	TOTALX3
X3.1	Pearson Correlation	1	.674**	.659**	.535**	.538**	.309**	.312**	.317**	.729**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.002	.002	.002	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X3.2	Pearson Correlation	.674**	1	.651**	.637**	.609**	.466**	.420**	.396**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X3.3	Pearson Correlation	.659**	.651**	1	.636**	.603**	.284**	.335**	.340**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.006	.001	.001	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X3.4	Pearson Correlation	.535**	.637**	.636**	1	.548**	.381**	.446**	.304**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.003	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X3.5	Pearson Correlation	.538**	.609**	.603**	.548**	1	.362**	.350**	.317**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.002	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X3.6	Pearson Correlation	.309**	.466**	.284**	.381**	.362**	1	.508**	.537**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.006	.000	.000		.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X3.7	Pearson Correlation	.312**	.420**	.335**	.446**	.350**	.508**	1	.616**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.001	.000	.001	.000		.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X3.8	Pearson Correlation	.317**	.396**	.340**	.304**	.317**	.537**	.616**	1	.679**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.001	.003	.002	.000	.000		.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
TOTALX3	Pearson Correlation	.729**	.819**	.755**	.752**	.727**	.675**	.704**	.679**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94

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

D. Variabel Keputusan Penggunaan

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	TOTALY
Y1	Pearson Correlation	1	.797**	.677**	.653**	.611**	.385**	.349**	.243*	.235*	.258*	.739**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.018	.022	.012	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y2	Pearson Correlation	.797**	1	.758**	.710**	.645**	.316**	.355**	.295**	.359**	.192	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.002	.000	.004	.000	.064	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y3	Pearson Correlation	.677**	.758**	1	.715**	.652**	.334**	.326**	.279**	.383**	.275**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.001	.006	.000	.007	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y4	Pearson Correlation	.653**	.710**	.715**	1	.710**	.279**	.241*	.231*	.320**	.137	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.006	.019	.025	.002	.189	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y5	Pearson Correlation	.611**	.645**	.652**	.710**	1	.346**	.422**	.248*	.378**	.257*	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.001	.000	.016	.000	.012	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y6	Pearson Correlation	.385**	.316**	.334**	.279**	.346**	1	.450**	.462**	.512**	.804**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.001	.006	.001		.000	.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y7	Pearson Correlation	.349**	.355**	.326**	.241*	.422**	.450**	1	.526**	.522**	.530**	.671**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.019	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y8	Pearson Correlation	.243*	.295**	.279**	.231*	.248*	.462**	.526**	1	.681**	.540**	.634**
	Sig. (2-tailed)	.018	.004	.006	.025	.016	.000	.000		.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y9	Pearson Correlation	.235*	.359**	.383**	.320**	.378**	.512**	.522**	.681**	1	.594**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.022	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y10	Pearson Correlation	.258*	.192	.275**	.137	.257*	.804**	.530**	.540**	.594**	1	.657**
	Sig. (2-tailed)	.012	.064	.007	.189	.012	.000	.000	.000	.000		.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
TOTALY	Pearson Correlation	.739**	.766**	.758**	.700**	.742**	.702**	.671**	.634**	.701**	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94

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

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

Lampiran 4 hasil uji reliabilitas

Kemudahan Penggunaan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	8

Keamanan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.845	6

Fitur Layanan (X3)

Reliability Statistics

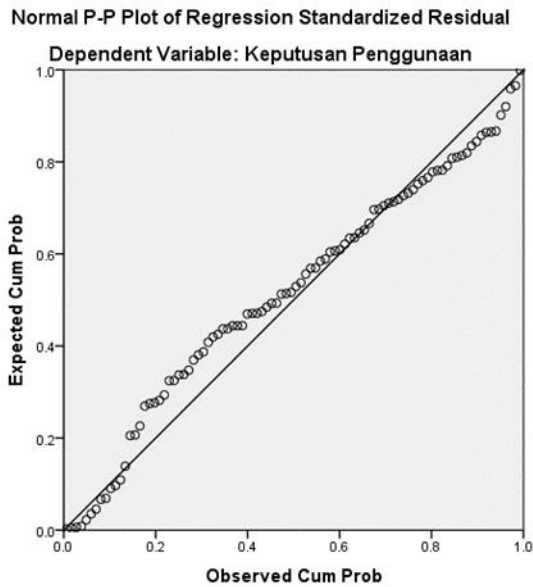
Cronbach's Alpha	N of Items
.871	8

Keputusan Penggunaan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	10

Lampiran 5 hasil uji normalitas



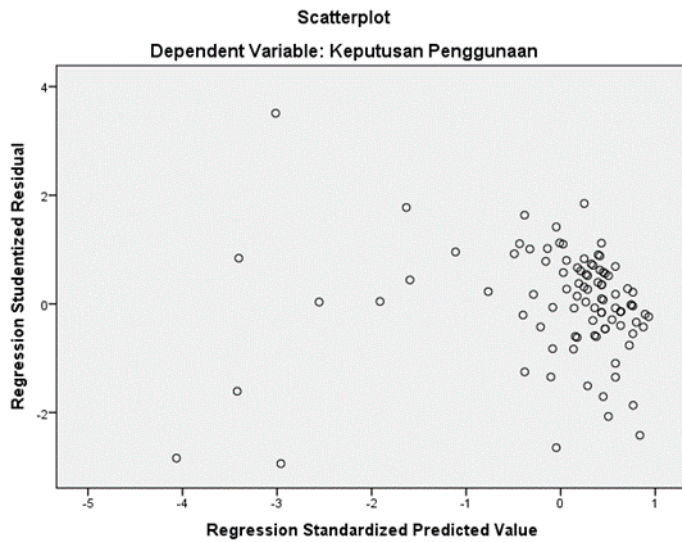
Lampiran 6 hasil uji multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.810	3.386		1.125	.263		
	Kemudahan Penggunaan	.338	.105	.288	3.230	.002	.441	2.269
	Keamanan	.255	.125	.132	2.050	.043	.838	1.193
	Fitur Layanan	.595	.105	.527	5.694	.000	.408	2.452

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Lampiran 7 hasil uji heteroskedastisitas



Lampiran 8 hasil uji regresi berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.810	3.386		1.125	.263		
	Kemudahan Penggunaan	.338	.105	.288	3.230	.002	.441	2.269
	Keamanan	.255	.125	.132	2.050	.043	.838	1.193
	Fitur Layanan	.595	.105	.527	5.694	.000	.408	2.452

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Lampiran 9 hasil uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.810	3.386		1.125	.263		
	Kemudahan Penggunaan	.338	.105	.288	3.230	.002	.441	2.269
	Keamanan	.255	.125	.132	2.050	.043	.838	1.193
	Fitur Layanan	.595	.105	.527	5.694	.000	.408	2.452

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Lampiran 10 hasil uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1971.717	3	657.239	65.272	.000 ^b
	Residual	906.230	90	10.069		
	Total	2877.948	93			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Keamanan, Kemudahan Penggunaan

Lampiran 11 hasil uji koefisien determinasi

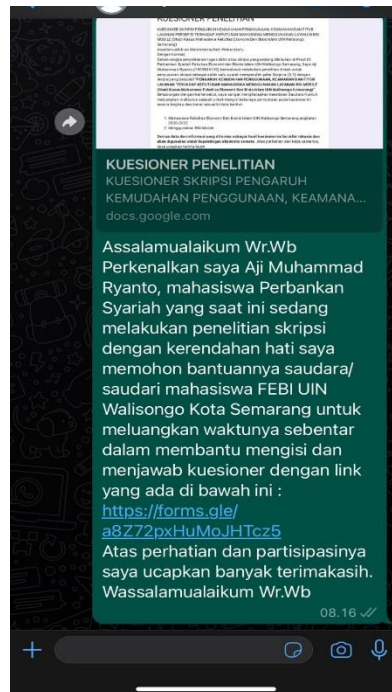
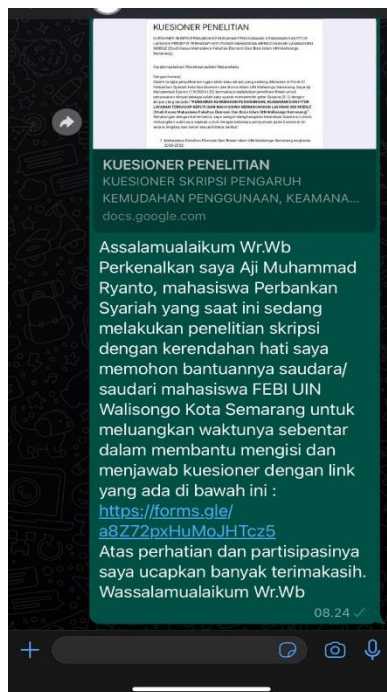
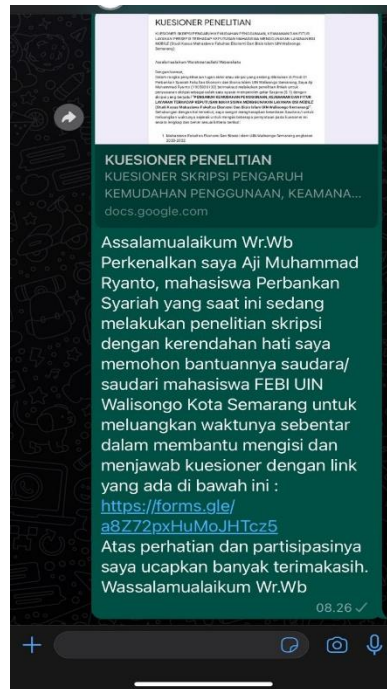
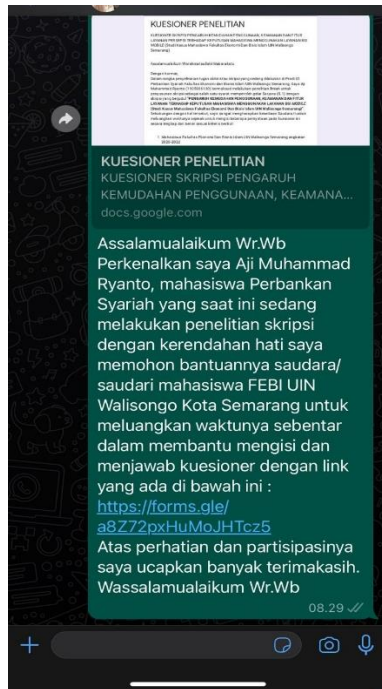
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	.685	.675	3.173

a. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Keamanan, Kemudahan Penggunaan

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Lampiran 12 penyebaran google form



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Aji Muhammad Ryanto
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 15 Desember 2000
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Fakultas / Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam / S1 Perbankan Syariah
Alamat : JL. Mega Raya VI No.380, Bringin, Ngaliyan, Semarang
Email : ajimuha111@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

- a. SD Negeri Bringin 02 : (2007-2013)
- b. SMP Negeri 18 Semarang : (2013-2016)
- c. SMA Negeri 8 Semarang : (2016-2019)
- d. UIN Walisongo Semarang : (2019-2024)

C. Pengalaman Kerja

- a. Driver Operasional di PT. MAS Arya Indonesia, Kendal (Juli 2021 - September 2022)
- b. Magang di BMT Walisongo Semarang (Juli 2023 – Agustus 2023)