

**PENGARUH FAKTOR KEMANFAATAN, KEMUDAHAN
PENGGUNA, KENYAMANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
MINAT NASABAH BERTRANSAKSI DALAM MENGGUNAKAN
MOBILE BANKING PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA
KANTOR CABANG MATARAM PEJANGGIK 1**



Oleh

Nurul Laeli

NIM 1502151790

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MATARAM
2021**

**PENGARUH FAKTOR KEMANFAATAN, KEMUDAHAN
PENGGUNA, KENYAMANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
MINAT NASABAH BERTRANSAKSI DALAM MENGGUNAKAN
MOBILE BANKING PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA
KANTOR CABANG MATARAM PEJANGGIK 1**

**Skripsi
Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Mataram
Untuk Melengkapi Persyaratan Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi**



Oleh

Nurul Laeli

NIM 1502151790

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MATARAM**

2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh: Nurul Laeli, NIM: 1502151790 dengan judul “Pengaruh Faktor Kemanfaatan, Kemudahan Pengguna, Kenyamanan dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Bertransaksi dalam Menggunakan Mobile Banking pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejanggalik 1” telah memenuhi syarat dan disetujui diuji.

Disetujui pada tanggal : 1 November 2021

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. H. Muslihun, M. Ag
NIP .197412312001121005


Muhammad Baihaqi, MSI
NIP .197808102006041002

Perpustakaan UIN Mataram

NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 1 November 2021

Hal : Ujian Skripsi

Yang Terhormat

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di Mataram

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama Mahasiswa : Nurul Laeli

NIM : 1502151790

Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

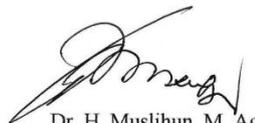
Judul : Pengaruh Faktor Kemanfaatan, Kemudahan Pengguna, Kenyamanan dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Bertransaksi dalam Menggunakan Mobile Banking pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1

Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-*munaqasyah*-kan.

Wassakammu'alaikum, Wr. Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. H. Muslihun, M. Ag
NIP .197412312001121005



Muhammad Baihaqi, MSI
NIP 2005048504

PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi oleh: Nurul Laeli, NIM: 1502151790 dengan judul “Pengaruh Faktor Kemanfaatan, Kemudahan Pengguna, Kenyamanan dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Bertransaksi dalam Menggunakan Mobile Banking pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1” telah dipertahankan di depan dewan penguji jurusan perbankan syariah UIN Mataram pada tanggal

Desen Penguji

Dr. H. Muslihun, M. Ag
(Ketua Sidang/Pemb. I)



Muhammad Baihaqi, MSI
(Sekretaris Sidang/Pemb. II)



Din Hary Fitriadi, M. Ag
(Penguji I)



Rusman Azizoma, M. Acc
(Penguji II)



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Ridwan Mas'ud, M. Ag
NIP. 197111102002121001



Perpustakaan UIN Mataram

MOTTO

*“Janganlah pernah menyerah ketika
kamu masih mampu berusaha lagi.
Tidak ada kata berakhir sampai kamu
berhenti mencoba”*

(Brian Dyson).

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT. atas nikmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan dalam menyusun karya ilmiah ini. Dengan senang hati saya persembahkan karya sederhana ini kepada:

- 1. Bapak (H. Fawaz Hilwan) dan Mamak (Hj. Mazatillah) yang sangat saya cintai dan yang saya banggakan, karena beliau dengan sabar membesarkan saya dan dengan doa serta perjuangan yang sangat panjang hingga akhirnya saya bisa seperti ini dan menyelesaikan studi, ucapan terimakasih rasanya tidak cukup untuk membalas segala jasa beliau..*
- 2. Untuk seseorang (Pahrul Hadi, S.H) yang saat ini menenami saya berjuang sampai bisa menyelesaikan studi saya ini, terimakasih untuk semua dukungan mu dan menunggu sampai saya bisa mengejar sarjana ini.*
- 3. Almamater tercinta UIN Mataram.*
- 4. Dan semua Dosen yang telah membimbing.*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji hanya bagi Allah, Tuhan semesta alam dan shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad, juga kepada keluarga, sahabat, dan semua pengikutnya. Amin.

Penulis menyadari bahwa proses penyelesaian skripsi ini tidak akan sukses tanpa bantuan dan keterlibatan bernagai pihak. Oleh karena itu penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu sebagai berikut.

1. Dr. H. Muslihun, M.Ag. sebagai pembimbing I dan Muhammad Baihaqi, M.SI sebagai pembimbing II yang memberikan bimbingan, motivasi, dan koreksi mendetail terus-menerus, dan tanpa bosan di tengah kesibukannya dalam suasana keakraban menjadikan skripsi ini lebih matang dan cepat selesai.
2. Din Hary Fitriadi, M.Ag. sebagai penguji I dan Rusman Azizoma, M.Acc. sebagai penguji II yang telah memberikan saran konstruktif bagi penyempurnaan skripsi ini.
3. Ma'ruf, M.Ag. sebagai wali dosen;
4. Sanurdi, M.SI. sebagai ketua jurusan perbankan syariah;
5. Dr. Ridwan Mas'ud, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
6. Prof. Dr. H. Masnun Tahir, M.Ag. selaku Rektor UIN Mataram yang telah memberi tempat bagi penulis untuk menuntut ilmu dan memberi bimbingan dan peringatan untuk tidak berlama-lama di kampus tanpa pernah selesai.
7. dan seterusnya.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang

berlipat-ganda dari Allah swt. dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi semesta. Amin.

Mataram,

Penulis,

Nurul Laeli



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1. Tujuan	7
2. Manfaat	8
D. Definisi Operasional	9
1. Variabel Faktor Kemanfaatan	9
2. Variabel Faktor Kemudahan Pengguna	10
3. Variabel Faktor Kenyamanan	11
4. Variabel Faktor Kepercayaan	12
5. Minat Nasabah	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
A. Kajian Teori	16
1. Faktor Kemanfaatan	16
2. Faktor Kemudahan Pengguna	18
3. Faktor Kenyamanan	19
4. Faktor Kepercayaan	20
5. Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking	21

B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Berpikir	28
D. Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	31
B. Populasi dan Sampel	32
C. Waktu dan Tempat Penelitian	34
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	35
E. Instrument/Alat dan Bahan Penelitian	36
F. Teknik Pengumpulan Data/ Prosedur Penelitian	39
G. Teknik Analisi Data	42
H. Sistematika Pembahasan	46
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	49
A. Hasil Penelitian	49
B. Pembahasan	100
BAB V PENUTUP.....	113
A. Kesimpulan	113
B. Saran	115
DAFTAR PUSTAKA.....	116
LAMPIRAN.....	121

Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna <i>Mobile Banking</i> pada Bank Umum Syariah	3
Tabel 3.1 Skala Penilaian Likert	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	62
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Perangkat yang Digunakan.....	63
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Faktor Kemanfaatan X1.1	64
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Faktor Kemanfaatan X1.2	64
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Faktor Kemanfaatan X1.3	65
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Faktor Kemanfaatan X1.4	66
Tabel 4.12 Deskripsi Variabel Faktor Kemanfaatan X1.5	67
Tabel 4.13 Deskripsi Variabel Faktor Kemanfaatan X1.6	68
Tabel 4.14 Deskripsi Variabel Faktor Kemudahan Pengguna X2.1	69
Tabel 4.15 Deskripsi Variabel Faktor Kemudahan Pengguna X2.2	70
Tabel 4.16 Deskripsi Variabel Faktor Kemudahan Pengguna X2.3	70
Tabel 4.17 Deskripsi Variabel Faktor Kemudahan Pengguna X2.4	71
Tabel 4.18 Deskripsi Variabel Faktor Kemudahan Pengguna X2.5	72
Tabel 4.19 Deskripsi Variabel Faktor Kemudahan Pengguna X2.6	73
Tabel 4.20 Deskripsi Variabel Faktor Kemudahan X3.1	74
Tabel 4.21 Deskripsi Variabel Faktor Kemudahan X3.2	75
Tabel 4.22 Deskripsi Variabel Faktor Kemudahan X3.3	76

Tabel 4.23 Deskripsi Variabel Faktor Kemudahan X3.4	77
Tabel 4.24 Deskripsi Variabel Faktor Kemudahan X3.5	77
Tabel 4.25 Deskripsi Variabel Faktor Kepercayaan X4.1	78
Tabel 4.26 Deskripsi Variabel Faktor Kepercayaan X4.2	79
Tabel 4.27 Deskripsi Variabel Faktor Kepercayaan X4.3	80
Tabel 4.28 Deskripsi Variabel Faktor Kepercayaan X4.4	81
Tabel 4.29 Deskripsi Variabel Faktor Kepercayaan X4.5	82
Tabel 4.30 Deskripsi Variabel Faktor Kepercayaan X4.6	83
Tabel 4.31 Deskripsi Variabel Minat Nasabah Y.1	84
Tabel 4.32 Deskripsi Variabel Minat Nasabah Y.2	84
Tabel 4.33 Deskripsi Variabel Minat Nasabah Y.3	85
Tabel 4.34 Deskripsi Variabel Minat Nasabah Y.4	86
Tabel 4.35 Uji Validitas Instrumen	88
Tabel 4.36 Uji Reliabilitas	89
Tabel 4.37 Uji Normalitas	90
Tabel 4.38 Uji Multikolinearitas	92
Tabel 4.39 Uji Heteroskedastisitas	93
Tabel r 4.40 Uji Regresi Linear Berganda	94
Tabel 4.41 Koefisien Determinasi	96
Tabel 4.42 Uji F	97
Tabel 4.43 Uji t	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	29
------------------------------------	----



Perpustakaan **UIN Mataram**

“Pengaruh Faktor Kemanfaatan, Kemudahan Pengguna, Kenyamanan dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Bertransaksi dalam Menggunakan Mobile Banking pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1”

Oleh:

Nurul Laeli
Nim: 1502151790

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan: (1) Pengaruh variabel kemanfaatan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan mobile banking. (2) Pengaruh variabel kemudahan pengguna terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan mobile banking. (3) Pengaruh variabel kenyamanan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan mobile banking. (4) Pengaruh variabel kepercayaan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan mobile banking. (5) Pengaruh variabel kemanfaatan, kemudahan pengguna, kenyamanan, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan mobile banking. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 sebanyak 150 orang. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik sampel random sampling. Jumlah sampel penelitian sebanyak 60 nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Mataram Pejanggik 1. Kuesioner diuji validitas dan realibilitasnya sebelum mengumpulkan data penelitian. Sebelum dilakukan analisis terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisita. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan (1) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan faktor kemanfaatan terhadap minat nasabah bertransaksi dengan mobile banking. Terbukti dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,160 yang memiliki arah positif dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,727 > 1,670$) dan sig. $0,000 < 0,05$. (2) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan faktor kemudahan pengguna terhadap minat nasabah bertransaksi dengan mobile banking. Terbukti dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,187 yang memiliki arah positif dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,677 > 1,670$) dan sig. $0,000 < 0,05$. (3) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan faktor kenyamanan terhadap minat nasabah bertransaksi dengan mobile banking. Berdasarkan hasil SPSS sebelumnya menunjukkan variabel faktor kenyamanan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,677 sedangkan nilai t_{tabel} 1,670 dan nilai sig. 0,001. (4) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan faktor kepercayaan terhadap minat nasabah bertransaksi dengan mobile banking. terbukti dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,089 yang memiliki arah positif dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,710 > 1,670$) dan sig. $0,004 < 0,05$. (5) Terdapat pengaruh faktor kemanfaatan, kemudahan pengguna, kenyamanan dan kepercayaan secara bersama-sama

terhadap minat nasabah bertransaksi dengan mobile banking. Terbukti berdasarkan uji F yang telah dilakukan, diketahui bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dengan nilai $32.699 > 3,16$ dan nilai taraf signifikan $0,000^a < 0,05$.

Kata kunci: Faktor Kemanfaatan, Kemudahan Pengguna, Kenyamanan, Kepercayaan dan Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis dituntut lebih maju saat ini, persaingan bisnis sekarang ini terjadi bukan hanya dari persaingan dalam negeri tetapi juga persaingan luar negeri. Persaingan antar perusahaan harus memunculkan suatu keunggulan bersaing perusahaan untuk membuat perusahaan lebih maju dan ada di mata pelanggannya. Untuk membuat perusahaan semakin maju sekarang ini harus berbasis dengan teknologi karena perkembangan teknologi yang begitu cepat memudahkan perusahaan untuk berinovasi yang berbasiskan teknologi.¹

Sebagaimana menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2007 tentang Perbankan Syariah pasal 1 yang menyebutkan bahwa: Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.²

Teknologi informasi sudah merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting. Bahkan sebagai tuntutan yang mendesak bagi setiap orang untuk menyelesaikan suatu permasalahan dengan cepat serta meringankan semua

¹Andreana Yulia Purnomo, “Analisis Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Pelanggan Studi pada Bank X area Semarang”, (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2017).

²Dikutip dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan) https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Documents/UU_No_21_Tahun_2008_Perbankan_Syariah.pdf, di ambil pada 5 Januari 2021.

pekerjaan. Seiring dengan situasi seperti ini, perkembangan teknologi informasi terutama peranan komputer mendapatkan perhatian yang sangat serius. Teknologi informasi berdampak luar biasa dalam dunia perbankan saat ini. Akhir-akhir ini banyak sekali perubahan pada teknologi informasi, demikian juga di bidang telekomunikasi kebanyakan disebabkan adanya desakan dan dahsyatnya kompetensi di dunia perbankan. Perkembangan internet semakin hari semakin pesat. Banyak pengguna internet di Indonesia tentu tidak dapat dipungkiri juga mendorong dunia bisnis untuk lebih maju dan berkembang. Internet menjadi media dalam melakukan transaksi penjualan dan pembelian. Selain itu internet menjadi media informasi dalam bertukar informasi. Teknologi informasi juga mendorong dunia perbankan untuk ikut andil dalam memanfaatkan internet. Ini merupakan kesempatan bagi dunia perbankan untuk melangkah maju dengan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya, tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi tapi juga memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan secara online tanpa mengharuskan nasabahnya untuk datang dan mengantri di bank atau ATM. Kemudahan serta kenyamanan ini ditawarkan oleh perbankan melalui layanan *Mobile Banking*.³

Lembaga Perbankan Indonesia mulai menyelenggarakan kegiatan perbankan berbasis internet sejak pertengahan tahun 1998. Saat ini

³Dwitya Pratiwi Wulandari, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan *Mobile Banking* pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam", (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2018).

perkembangan pelayanan perbankan berbasis teknologi (*electronic banking*) dapat berupa *internet banking*, *mobile banking*, dan *automatic teller machine* (ATM). Layanan *Mobile Banking* termuat pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 13/POJK.03/2020 tentang perubahan atas Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 38/POJK.03/2016 tentang Penerapan Manajemen Risiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Bank Umum.

Mobile Banking merupakan salah satu layanan informasi perbankan paling baru yang ditawarkan pihak bank dengan menggunakan teknologi *handphone* untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Fasilitas *mobile banking* dapat menjawab tuntutan nasabah yang menginginkan layanan cepat, aman, nyaman, murah, dan tersedia setiap saat (24 jam non-stop), serta dapat diakses dari mana saja, cukup melalui telpon seluler.⁴

Perpustakaan UIN Mataram

Tabel 1.1

Jumlah Pengguna *Mobile Banking* pada Bank Umum Syariah⁵

Nama Bank	Nama Mobile Banking	Jumlah
1. PT. Bank Muamalat Indonesia	Muamalat Mobile	500.000 Orang
2. PT. Bank Syariah Mandiri	Mandiri Syariah Mobile	1.000.000 Orang
3. PT. Bank Mega Syariah	Mega Syariah Mobile	10.000 Orang
4. PT. Bank BRI Syariah	BRIS Online	500.000 Orang

⁴Fauzan Adzima dan Maya Ariyanti, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* pada Nasabah Bank BRI Purwakarta”, *Jurnal e-Proceeding of Management*, Volume 5, Nomer 2, Agustus 2018, hlm 1585.

⁵Muhammad Ryzki Wiryawan dan Cici Amalia Hidayati Sulaiman, “Analisis SWOT pada Layanan Jasa *Mobile Banking* di PT Bank Panin Dubai Syariah”, *Jurnal Sains Manajemen & Akutansi (JSMA)*, Volume 12, Nomer 2, November 2020, hlm 142.

5. PT. Bank Syariah Bukopin	BSB Mobile Banking	5.000 Orang
6. PT. Bank BNI Syariah	BNI Mobile Banking	5.000.000 Orang
7. PT. BCA Syariah	BCA Syariah Mobile	50.000 Orang
8. PT. Bank Panin Dubai Syariah	Panin Dubai Mobile	1.000 Orang
9. PT. BTPN Syariah	BTPN Syariah Mobile	5.000 Orang
10. PT. Bank NTB Syariah	Bank NTB Syariah Mobile	40.000 Orang

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa saat ini hampir seluruh bank-bank besar di Indonesia menyediakan akses *mobile banking* untuk memudahkan nasabah dalam mengakses layanan perbankannya. Dari ke 10 Bank tersebut ada 3 bank telah di merger menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) yakni Bank Mandiri Syariah, Bank BRI Syariah dan Bank BNI Syariah. Jadi pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) sekitar 6.500.000 orang. *Mobile banking* bertujuan meningkatkan pelayanan kepada para nasabah, memenuhi keinginan pasar, memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi. Ada beberapa layanan *mobile banking* yang digunakan oleh pelanggan antara lain:

1. Untuk mengirim uang (*transfer*) antar rekening di bank yang sama.
2. Dapat digunakan untuk membayar angsuran kredit rumah, mobil, motor, atau pinjaman apapun setiap bulan atau asuransi jiwa, asuransi mobil atau secara rutin (*standing instruction*).
3. Melaksanakan *transfer* ke bank lain.
4. Membayar tagihan telepon seluler atau membayar tagihan telpon rumah.
5. Melayani pengisian voucher isi ulang.
6. Membayar tagihan kartu kredit.

7. Membayar iuran dana pensiun di Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK).⁶

Kenyataannya banyak nasabah yang mempunyai fasilitas *mobile banking* namun tidak pernah memanfaatkannya, dikarenakan pengoperasian sistem yang kadang terkesan rumit dan tidak semua orang paham cara menggunakannya. Faktor lain adalah tingkat kemampuan nasabah dalam menggunakan *mobile phone*, faktor ini juga mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.⁷

Salah satu perbankan syariah yang telah menyediakan layanan *mobile banking* adalah PT Bank Syariah Indonesia (BSI). PT Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Mataram Pejangik 1 telah melakukan berbagai upaya agar meningkatkan daya minat nasabah menggunakan *mobile banking* dengan mengembangkan aplikasi dalam *mobile banking*. Dalam mengakses aplikasi, nasabah di mudahkan membuka atau *log in* karena setelah menginstal aplikasi, nasabah sudah mendapatkan panduan cara bagaimana dan tahap-tahap menggunakan aplikasi *mobile banking*. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Mataram Pejangik 1 juga memberikan layanan 24 jam apabila nasabah mengalami kesulitan dalam pengaplikasiannya dengan menghubungi nomor

⁶Muhmudatus Sa'diyah dan Nur Aziroh, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna *Mobile Banking* di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus", *Jurnal Stain Kudus*, Volume 1, Nomer 1, Juni 2013, hlm 119.

⁷Imam Sugih Rahayu, "Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta", *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Volume V, Nomer 2, Desember 2015, hlm 138.

pihak layanan *customer servis* yang sudah dicantumkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Mataram Pejanggik 1.⁸

Terobosan-terobosan baru harus dirancang agar dapat terus berkembang dan bersaing. PT Bank Syariah Indonesia (BSI), sebagai salah satu institusi perbankan sangat menyadari bahwa pelayanan kepada nasabah harus pula dengan menyesuaikan kepada kemajuan teknologi. Oleh karena itu, PT Bank Syariah Indonesia (BSI) meluncurkan layanan *mobile banking*. Berdasarkan permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti lebih dalam lagi mengenai **“Pengaruh Faktor Kemanfaatan, Kemudahan Pengguna, Kenyamanan dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking”**

B. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah

1. Batasan Masalah

Batasan masalah bertujuan untuk membatasi hal-hal yang akan di teliti dan untuk memperlancar kegiatan penelitian yang akan di lakukan. Untuk mempermudah pelaksanaan penelitian ini, peneliti perlu membatasi masalah yang akan di teliti agar tidak terjadi kekeliruan dalam penelitian nanti. Agar penelitian ini terarah, maka jangkauan dari lingkup penelitian ini perlu di tegaskan. Sesuai dengan judul penelitian yang penulis angkat maka batasan masalah dari penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Mataram Pejanggik 1 yang menggunakan *mobile*

⁸Observasi awal (wawancara) dengan Mba Dania di Bank Syariah Indoneisa (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 pada tanggal 14 Januari 2021.

banking dan hanya berfokus pada faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan *mobile banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel kemanfaatan mempengaruhi minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*?
2. Apakah variabel kemudahan pengguna mempengaruhi minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*?
3. Apakah variabel kenyamanan mempengaruhi minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*?
4. Apakah variabel kepercayaan mempengaruhi minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*?
5. Apakah variabel kemanfaatan, kemudahan pengguna, kenyamanan, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Berdasarkan latar belakang penelitian, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah variabel kemanfaatan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

2. Untuk mengetahui apakah variabel kemudahan pengguna berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*.
3. Untuk mengetahui apakah variabel kenyamanan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*.
4. Untuk mengetahui apakah variabel kepercayaan mempengaruhi minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*.
5. Untuk mengetahui variabel mana sajakah yang lebih dominan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

2. Manfaat

a. Bagi Bank Syariah

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan agar dapat meningkatkan minat nasabah.

b. Bagi Peneliti

Sebagai sumber informasi penelitian-penelitian yang akan datang, serta memberikan kontribusi keilmuan bagi semua aktivitas akademik dan sebagai sarana aktualisasi penerapan ilmu yang diperoleh penuli selama perkuliahan.

c. Bagi Peneliti Lanjutan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai refrensi yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian pada bidang

yang sama dan menambah khazanah pengetahuan dalam perbankan syariah.

D. Definisi Operasional

Untuk mempermudah dalam memahami judul penelitian, pengaruh faktor kemanfaatan, kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Mataram Pejanggik 1, maka dirasa perlu dijelaskan secara operasional agar tidak terjadi kekeliruan dalam penelitian ini. Beberapa istilah yang ada dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Faktor Kemanfaatan (X1)

Manfaat adalah suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Kemampuan subjektif pengguna dimasa yang akan datang dimana dengan menggunakan aplikasi yang spesifik akan meningkatkan kinerja dalam konteks organisasi. Menurut Wibowo dalam Fauziati manfaat didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Dari pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa manfaat adalah suatu hasil yang dirasakan dan didapatkan dari suatu sistem. Dimensi tentang kemanfaatan teknologi informasi meliputi:

- a. Kegunaan, meliputi dimensi: menjadikan pekerjaan lebih mudah, bermanfaat, menambah produktifitas.

- b. Efektifitas, meliputi dimensi: mempertinggi efektifitas, mengembangkan kinerja pekerjaan.
- c. Menurut Wijaya dalam Almuntha persepsi pengguna terhadap manfaat teknologi dapat diukur dari beberapa faktor sebagai berikut:
 - 1) Penggunaan teknologi dapat meningkatkan produktifitas pengguna.
 - 2) Penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja pengguna.
 - 3) Penggunaan teknologi dapat meningkatkan efisiensi proses yang dilakukan pengguna.⁹

Sehingga untuk hipotesis faktor kemanfaatan (X1) adalah:

Ha : Jika faktor kemanfaatan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

H₀ : Jika faktor kemanfaatan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

2. Variabel Faktor Kemudahan Pengguna (X2)

Menurut Davis dan Silvia pengertian kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai kekayaan seseorang bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Dari pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan adalah kepercayaan seseorang bahwa mudah untuk menggunakan dan mempelajari suatu sistem. Menurut Seni dan Fauziati persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor, yaitu:

⁹Dian Lusita Nofitasari, "Analisis Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Risiko terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah di Surakarta: Studi pada Mahasiswa IAIN Surakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam", (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Surakarta), hlm. 15.

- a. Berfokus pada teknologi itu sendiri misalnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi yang sejenis. Pengalaman baik pengguna terhadap teknologi baru yang disediakan, begitu pula sebaliknya.
- b. Reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh para pengguna akan mendorong keyakinan para pengguna akan memudahkan pengguna teknologi tersebut, demikian juga sebaliknya.
- c. Tersedianya mekanisme support yang handal. Mekanisme support yang terpercaya juga akan mempengaruhi kepercayaan pengguna terhadap kemudahan teknologi misalnya pengguna merasa yakin bahwa tersedia mekanisme support yang handal apabila kesulitan menggunakan teknologi maka akan mendorong persepsi kearah yang lebih positif.¹⁰

Sehingga untuk hipotesis faktor kemudahan pengguna (X2) adalah:

H_a : Jika faktor kemudahan pengguna terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

H₀ : Jika faktor kemudahan pengguna tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

3. Variabel Faktor Kenyamanan (X3)

Faktor kenyamanan merupakan rasa aman dan keadaan nyaman yang dimiliki nasabah saat menggunakan *mobile banking*. Kenyamanan yang dimaksud adalah ketika nasabah perbankan dapat mengakses *mobile*

¹⁰*Ibid.*, hlm. 18.

banking kapanpun dan dimanapun, serta tidak perlu datang secara langsung ke kantor cabang perbankan atau ATM (*Automated Teller Machine*) terdekat yang pada umumnya harus mengantri terlebih dahulu ketika akan melakukan transaksi perbankan. Pengguna yang mendapatkan kenyamanan dari menggunakan sistem informasi lebih cenderung untuk membantu niat perilaku dibandingkan dengan pengguna lain yang tidak mengalami banyak kenyamanan. Jadi, semakin tinggi kenyamanan pengguna aplikasi *mobile banking* maka semakin tinggi pula niat nasabah perbankan dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*.¹¹

Sehingga untuk hipotesis faktor kenyamanan (X3) adalah:

Ha : Jika faktor kenyamanan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

H₀ : Jika faktor kenyamanan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

4. Variabel Faktor Kepercayaan (X4)

Faktor kepercayaan merupakan hubungan seseorang dengan orang lain tanpa adanya rasa curiga, seperti hubungan nasabah dengan pihak bank yang menggunakan jasa *mobile banking* dalam transaksinya tanpa meragukan keamanan *mobile banking* tersebut. Kepercayaan merupakan suatu perilaku awal yang menimbulkan adanya niat untuk memakai suatu teknologi. Kepercayaan seseorang mendefinisikan suatu ketersediaan untuk menerima suatu risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan

¹¹Pratama Adi, Fadli Moh. Saleh, Femilia Zahra, Nadhira Afdhalia, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat dalam Menggunakan *Mobile Banking*", *Jurnal Akutansi Netral, Akuntabel, Objektif*, Volume 2, Nomer 1, 2019.

yang dari pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya.¹²

Sehingga untuk hipotesis faktor kepercayaan (X4) adalah:

Ha : Jika faktor kepercayaan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

H₀ : Jika faktor kepercayaan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

5. Minat Nasabah (Y)

Menurut Iskandarwasid dan Dadang Sumender, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang.¹³ Minat merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi prefensi nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Crow dan crow menyebutkan ada tiga aspek minat dalam diri seseorang, yaitu:

- a. Dorongan dari dalam untuk memenuhi kebutuhan diri sebagai penggerak untuk melakukan sesuatu.
- b. Kebutuhan untuk berhubungan dengan lingkungan sosialnya yang akan menentukan posisi individu dalam lingkungan.

¹²Anik Malikh dan Junaidi, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intense Menggunakan *Internet Banking* Berbasis *Technology Acceptance Model* (TAM)", Volume 08, Nomer 05, Februari 2019, hlm. 111.

¹³Iskandarwasid & Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: Rosada), Cet. Ke-3, 2011, hlm 113.

- c. Perasaan individu terhadap suatu pekerjaan yang dilakukannya.¹⁴

Adapun faktor-faktor yang menimbulkan minat pada diri seseorang adalah:

- a. Faktor kebutuhan dari dalam, timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh kebutuhan dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan misalnya dorongan minat untuk bekerja dan mencari penghasilan.
- b. Faktor motiif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktifitas tertentu yaitu kebutuhan mendapat pengakuan, penghargaan, dan lingkungan dimana dia berada.
- c. Faktor emosional, yang merupakan minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas tersebut, sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.¹⁵

Karena kepribadian manusia itu bersifat kompleks, maka sering ketiga faktor yang menjadi penyebab timbulnya minat tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan suatu perpaduan dari ketiga faktor tersebut.

Sehingga untuk hipotesis minat nasabah (Y) adalah:

Ha : Jika faktor kemanfaatan, kemudahan pengguna, kenyamanan dan kepercayaan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

¹⁴Abdul Rahman Saleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikolog Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 263-265.

¹⁵*Ibid.*, hlm. 263-265.

H_0 : Jika faktor kemanfaatan, kemudahan pengguna, kenyamanan dan kepercayaan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Teori

a. Faktor Kemanfaatan

Faktor kemanfaatan didefinisikan sebagai persepsi individu bahwa menggunakan teknologi baru akan menambah atau meningkatkan kinerja mereka. Manfaat kemudahan dalam penggunaan teknologi merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Manfaat berkaitan dengan kemudahan. Kemudahan mencakup kemampuan nasabah untuk dapat masuk kedalam situs *website*, dapat dengan mudah menemukan produk atau informasi yang diinginkan dan dapat dengan mudah *log in* maupun *log out*. Untuk memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada nasabah maka diperlukan peran bank agar nasabah dapat menggunakan produk *m-banking* secara benar. Hal tersebut dikarenakan keberhasilan suatu produk tidak hanya bergantung pada produk layanan yang diberikan tetapi pada informasi pendukung produk. Kepuasan nasabah akan timbul ketika informasi yang tersedia sesuai atau bahkan melebihi harapan nasabah, dimana informasi yang mudah dipahami sehingga diprespsikan sebagai informasi yang berkualitas dan dapat menimbulkan

persepsi pada diri konsumen bahwa produk tersebut merupakan produk yang berkualitas yang memberikan manfaat bagi penggunanya.¹⁶

Beberapa indikator kemanfaatan penggunaan teknologi informasi yang meliputi yaitu:¹⁷

1. *Make job easier* (menjadi lebih mudah), transaksi perbankan menjadi lebih mudah.
2. *Increase productivity* (menambah produktifitas), dapat meningkatkan pengetahuan kinerja pengguna.
3. *Heighten effectiveness* (mempertinggi efektifitas), dapat mempercepat waktu penggunaan dalam penelusuran.
4. Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya.

Berdasarkan definisi tersebut di artikan bahwa manfaat dari pengguna *mobile banking* dapat meningkatkan kinerja orang yang menggunakannya. Kemanfaatan dalam *mobile banking* merupakan manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh para nasabah dalam melakukan pekerjaannya. Karenanya, tingkat kemanfaatan *mobile banking* mempengaruhi sikap para nasabah terhadap sistem tersebut.

¹⁶Siti Nur Mubarakah, "Minat Menggunakan *Mobile Banking* pada Perbankan Milik Negara", *Jurnal Proceedings 6th NCAB (National Conference on Applied Business)*, hlm. 224.

¹⁷Mario Ledesman, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*". (Skripsi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018), hlm. 50.

b. Faktor Kemudahan Pengguna

Faktor kemudahan pengguna adalah kepercayaan yang timbul pada diri seseorang terhadap suatu teknologi yang baru, dimana dalam penggunaannya sangat mudah dipahami sehingga para pengguna tidak perlu untuk mempelajari teknologi tersebut secara mendalam.¹⁸

Beberapa indikator faktor kemudahan pengguna, menurut Venkatesh dan Davis sebagai berikut:¹⁹

1. Sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*).
2. Tidak membutuhkan banyak usaha untuk menggunakan sistem tersebut (*does not require a lot of mental effort*).
3. Sistem mudah dimengerti (*easy to use*).
4. Sistem mudah digunakan sesuai dengan apa yang ingin pengguna kerjakan (*easy to get the system to do what he/she want to do*).

Konteks faktor kemudahan menggunakan layanan *mobile banking* berarti nasabah dapat bertransaksi menggunakan *mobile banking* mudah untuk dipahami. Faktor kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha baik waktu dan tenaga para nasabah dalam mempelajari cara bertransaksi melalui *mobile banking*. Dengan demikian, bila layanan *mobile banking*

¹⁸Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Gde Kt. Warmika, "Peran Persepsi Kemudahan Pengguna, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko terhadap Niat Menggunakan *Mobile Commerce* di Kota Denpasar", *Jurnal Manajemen Unud*, Volume 5, Nomer 4, 2016, hlm. 2616.

¹⁹Reza Ramadhan, "Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* di Bank Syariah Mandiri Surabaya". (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Airlangga, Surabaya, 2016), hlm. 33.

dipersepsikan mudah untuk digunakan maka akan mendorong niat para nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

c. Faktor Kenyamanan

Menurut Poon, *mobile banking* menyediakan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi yang mana memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapanpun dan dimanapun. Jika dibandingkan dengan transaksi perbankan tanpa menggunakan *mobile banking* misalnya dengan transaksi interpersonal, *mobile banking* memberikan lebih banyak keuntungan dan kemudahan. Seperti misalnya, jika ingin membayar tagihan atau mentransfer uang, apabila melalui kantor cabang, maka nasabah harus mengantri lama untuk melakukan transaksi tersebut. Hal ini tentunya kurang memberikan kenyamanan bagi nasabah. Berbeda jika transaksi tersebut dilakukan dengan *mobile banking*. Jika menggunakan *mobile banking*, transaksi tersebut cukup dilakukan dengan mengakses situs web *Mobile Banking* (dapat dilakukan dengan PDA, Notebook, PC). Tentunya hal ini akan banyak lebih menghemat waktu nasabah, khususnya bagi nasabah yang sibuk. Menurut Poon, terdapat beberapa konstruk yang merupakan indikator kenyamanan suatu sistem *mobile banking*, yaitu sebagai berikut:

1. Nasabah dapat mengakses *mobile banking* kapanpun dan dimanapun (*anytime and anywhere*).
2. Tidak terdapat antrian (*queue*).

3. Hemat waktu jika dibandingkan dengan cara konvensional (*konvensional banking*) yang kemudian mereka akan berniat untuk menggunakan dimasa mendatang.²⁰

d. Faktor Kepercayaan

Untuk dapat mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para nasabahnya, pihak bank perlu menganut konsep kepuasan pelanggan. Agar dapat bertahan hidup dalam era *e-banking* pihak bank harus mempunyai pelanggan loyal yang terpercaya terhadap eksekusi jasa *online*. Seiring maraknya kejahatan internet seperti pembobolan akun, faktor kepercayaan menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan *mobile banking* dalam bertransaksi perbankan. Konsep kepercayaan ini berarti bahwa nasabah percaya terhadap keandalan pihak bank dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan akun nasabah. Keamanan berarti bahwa pengguna sistem informasi itu aman, resiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan resiko pencurian (*hacking*) rendah. Sedangkan kerahasiaan berarti bahwa segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya, tidak pada pihak ketiga yang dapat mengetahuinya.

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi segala

²⁰Tunnisa, Nurasyifa, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Dosen UIN Ar-Raniry Menggunakan Fasilitas *E-Banking* Syariah”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019), hlm 18.

kewajiban sesuai yang diharapkan.²¹ Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi perbankan. Terdapat beberapa indikator kepercayaan yaitu sebagai berikut:²²

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

e. Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Minat adalah suatu perangkat yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau cenderung lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.²³ Oleh karena itu, minat adalah suatu aspek psikologis seseorang untuk menaruh perhatian yang tinggi pada kegiatan tertentu dan mendorongnya untuk melakukan. Minat yang sering diekpresikan dalam suatu kegiatan maka akan semakin kuat, sedangkan apabila tidak tersalurkan maka akan lemah. Untuk itu minat menjadi suatu penyebab terjadinya suatu kegiatan dan

²¹Dwi Mastia Harlan, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*”, (Skripsi Akutansi Yogyakarta, 2014), hlm. 43.

²²Junai Al Fian, “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 5, Nomer 6, 2016, hlm. 4.

²³Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*. (Surabaya: Usaha nasiona, 1982), hlm. 62.

hasil yang nantinya akan diperoleh. Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada suatu, sedangkan nasabah merupakan konsumen sebagai dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu dimana secara garis besar dapat di kelompokkan menjadi 2 :

1. Faktor *internal* adalah sesuatu yang membuat seseorang berminat yang datang dari dalam diri (bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu dan kepribadian).
2. Faktor *eksternal* adalah sesuatu yang membuat seseorang berminat yang datang dari luar diri seperti keluarga, rekan-rekan, dan keadaan.

Pada semua usia minat memainkan peran yang penting dalam kehidupan seseorang dan mempunyai dampak yang besar atas perilaku dan sikap. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih, bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan mereka merasa berminat. Ini kemudian mendatangkan kepuasan, bila kepuasan berkurang minatpun berkurang.²⁴

²⁴Elizabeth B. Hurlock, *Child Development*. Alih bahasa Meitasari Tjandrasa, Anak, Ed. 6, (Jakarta: Erlangga, t. t, 2000), hlm. 114.

Menurut Shofiana mengatakan bahwa minat nasabah dipengaruhi oleh 2 macam faktor yaitu sebagai berikut.²⁵

- a. *Sbared Value* (Nilai Lebih), secara umum menyatakan bahwa perilaku konsumen pada umumnya lebih dipengaruhi oleh penghargaan untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan dari pada oleh dorongan dari dalam diri. Konsumen memilih produk tertentu dibandingkan merek yang lainnya karena konsumen mengharapkan akibat positif atas pilihannya tersebut.
- b. *Communication* (Komunikasi), secara sederhana komunikasi dapat diartikan suatu proses transfer informasi atau pesan-pesan dari pengiriman pesan (komunikator) kepada penerima (komunikan). Semakin tinggi tingkat komunikasi sosial yang ditampilkan oleh suatu *website* bank, semakin besar pengaruhnya pada minat konsumen dan meningkatkan kemungkinan konsumen melakukan dan menggunakan transaksi *online*.

B. Penelitian Terdahulu

Telaah/kajian pustaka adalah penelusuran terhadap studi atau karya-karya terdahulu yang terkait untuk menghindari duplikasi, repitisi, serta menjamin keaslian dan keabsahan penelitian yang dilakukan. Beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan, terutama yang berkaitan dengan

²⁵Vina Pandu Winata, Sabri dan Sandra Dewi, "Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi dan Keamanan terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan BSM *Mobile Banking* Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh", *Journal of Economic Studies*, Volume. 2, Nomer 2, Juli-Desember 2018, hlm. 204.

pengaruh faktor kemanfaatan, kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*, yaitu:

- a. Jurnal yang ditulis oleh Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti, Rizki Yudhi Dewantara, yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kesesuaian terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)”.²⁶

Variabel penelitiannya adalah persepsi kemanfaatan (X_1), persepsi kemudahan (X_2), risiko (X_3), persepsi kesesuaian (X_4), minat untuk menggunakan (Y). Jenis penelitian yang digunakan adalah eksplanatori. Hasil penelitiannya adalah besarnya pengaruh variabel persepsi kemanfaat, persepsi kemudahan penggunaan, risiko dan kesesuaian terhadap minat menggunakan *mobile banking* adalah sebesar 50,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitiannya.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Giga Bawa Lassana, dkk terletak pada jenis penelitian yang digunakan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey sedangkan Giga Bawa Lassana, dkk menggunakan eksplanatori. Persamaannya adalah variabel dependen, variabel independen dan objek penelitian.

²⁶Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti, Rizki Yudhi Dewantara, “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Pengguna, Persepsi Risiko dan Persepsi Kesesuaian terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Studi pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang Jawa Tengah”. *Jurnal Administras Bisnis (JAB)*, Volume 26, Nomer 2 September 2015.

- b. Jurnal yang ditulis oleh Ahmad dan Bambang Setiyo Pambudi, yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi Pada Program Layanan *Internet Banking* BRI)”²⁷

Variabel penelitiannya adalah persepsi manfaat (X_1), kemudahan (X_2), keamanan (X_3), ketersediaan fitur (X_4), minat ulang nasabah menggunakan (Y). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ada hipotesis yang tidak dapat diterima yang artinya bahwa secara parsial menunjukkan bahwa persepsi manfaat, keamanan dan ketersediaan fitur mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat ulang menggunakan layanan *internet banking*. Kecuali pada variabel persepsi kemudahan yang tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Ahmad dan Bambang Setiyo Pambudi yaitu pada variabel bebas (independen), dependen dan objek yang diteliti. Penelitian ini menggunakan variabel independen faktor kenyamanan dan kepercayaan, sedangkan penelitian Ahmad dan Bambang Setiyo Pambudi tidak menggunakan kenyamanan dan kepercayaan. Penelitian ini menggunakan variabel terikat (dependen) minat nasabah

²⁷Ahmad dan Bambang Setiyo Pambudi, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi pada Program Layanan *Internet Banking* BRI)”, *Jurnal Manajemen*, Volume 8, Nomor 1, April 2014.

sedangkan pada penelitian Ahmad dan Bambang Setiyo Pambudi menggunakan minat ulang nasabah menggunakan. Objek penelitian Ahmad dan Bambang Setiyo Pambudi berupa *internet banking* sedangkan penelitian ini pada *mobile banking*. Persamaannya adalah menggunakan variabel independen manfaat dan kemudahan .

- c. Skripsi Catharina Octaviani Wulandari, yang berjudul, “Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Pengguna dan Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus pada Pelaku Usaha di Plaza Universitas Negeri Yogyakarta)”²⁸.

Variabel penelitiannya adalah kemanfaatan (X_1), kemudahan penggunaan (X_2), persepsi risiko (X_3), minat bertransaksi menggunakan (Y). Jenis penelitian yang digunakan adalah kausal komparatif. Hasil penelitiannya adalah menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kebermanfaatan terhadap minat bertransaksi menggunakan *internet banking* pada pelaku usaha di plaza UNY ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,431, pengaruh positif kemudahan penggunaan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,685, terdapat pengaruh negatif terhadap persepsi risiko dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,800.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Catharina Octaviani Wulandari terletak pada jenis penelitian yang digunakan, variabel bebas

²⁸Catharina Octaviani Wulandari, “Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Pengguna, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus pada Pelaku Usah di Plaza Universitas Negeri Yogyakarta”, (Skripsi Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017).

(independen) dan objek yang diteliti. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey sedangkan Cathrina Octaviani Wulandari menggunakan kausal komparatif. Penelitian ini menggunakan variabel independen faktor kenyamanan dan kepercayaan, sedangkan penelitian Cathrina Octaviani Wulandari tidak menggunakan kenyamanan dan kepercayaan. Objek penelitian Cathrina Octaviani Wulandari berupa *internet banking* sedangkan penelitian ini pada *mobile banking*. Persamaannya menggunakan variabel independen yang sama yaitu kemanfaatan dan kemudahan pengguna.

- d. Skripsi Bastian Aminullah, yang berjudul, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Pengguna dan Kepercayaan terhadap Sikap Positif Pengguna *Mobile Banking* (Survey Pada Nasabah Bank BCA Semarang)”²⁹.

Variabel penelitiannya adalah persepsi manfaat (X_1), kemudahan pengguna (X_2), kepercayaan (X_3), sikap positif penggunaan (Y). Teknik sampel yang digunakan dalam penelitiannya adalah teknik *Non-probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling* (pengambilan sampel berdasarkan kebetulan). Hasil penelitiannya adalah variabel persepsi manfaat memiliki pengaruh paling besar terhadap sikap positif penggunaan layanan *mobile banking* sebesar 0,337, variabel kemudahan penggunaan sebesar 0,327, dan variabel kepercayaan yang memiliki pengaruh paling rendah yaitu sebanyak 0,239.

²⁹Bastian Aminullah, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Pengguna, Kepercayaan terhadap Sikap Positif Pengguna Layanan *Mobile Banking*”, (Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro, 2014).

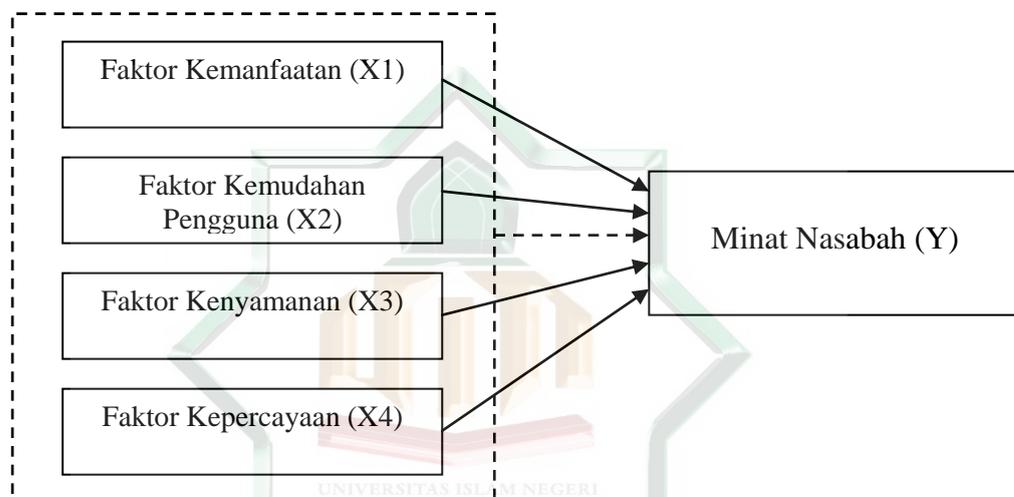
Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Bastian Amanullah yaitu pada teknik pengambilan sampel, variabel bebas (*independen*) dan terikat (*dependen*) dan subjek penelitian. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sampling* jenuh sedangkan pada penelitian Bastian Amanullah menggunakan tehnik *Non-probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling* (pengambilan sampel berdasarkan kebetulan). Penelitian ini menggunakan variabel bebas (*independen*) faktor kenyamanan, sedangkan penelitian Bastian Amanullah tidak menggunakan faktor kenyamanan. Penelitian ini menggunakan variabel terikat (*dependen*) minat nasabah sedangkan pada penelitian Bastian Amanullah menggunakan sikap positif penggunaan. Persamaannya adalah menggunakan variabel *independen* manfaat, kemudahan pengguna dan kepercayaan. Objek penelitiannya sama-sama *mobile banking*.

C. Kerangka Berfikir

Peneliti akan menguji faktor kemanfaatan, kemudahan pengguna, kenyamanan dan kepercayaan sebagai variabel bebas (*independent*) terhadap minat nasabah sebagai variabel terikat (*dependen*), dan apakah faktor kemanfaatan, kemudahan pengguna, kenyamanan dan kepercayaan sebagai variabel bebas (*independent*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah sebagai variabel terikat (*dependen*)

Dari pembahasan di atas perkiraan kerangka berpikir disajikan dalam bentuk skema atau gambar yang menunjukkan hubungan masing-masing variabel yaitu sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



Keterangan:

—————> = Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

- - - - -> = Pengaruh variabel independen terhadap dependen secara-sama (simultan)

X1 = Variabel independen 1, faktor kemanfaatan

X2 = Variabel independen 2, faktor kemudahan penggunaan

X3 = Variabel independen 3, faktor kenyamanan

X4 = Variabel independen 4, faktor kepercayaan

Y = Variabel dependen, minat nasabah

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap pernyataan penelitian.

Untuk itu diperlukan hipotesis yang harus diuji secara empiris, yaitu:

- H1 : Faktor kemanfaatan berpengaruh terhadap minat pengguna layanan *mobile banking*.
- H2 : Faktor kemudahan pengguna berpengaruh terhadap minat pengguna layanan *mobile banking*.
- H3 : Faktor kenyamanan berpengaruh terhadap minat penggunakan layanan *mobile banking*.
- H4 : Faktor kepercayaan berpengaruh terhadap minat pengguna layanan *mobile banking*.
- H5 : Faktor kemanfaatan, kemudahan pengguna, kenyamanan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono dikutip di dalam Sandu Siyoto, penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi. Pengumpulan data pada penelitian observasi dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada responden untuk mengetahui tanggapan dari berbagai responden.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Menurut Suryani asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan atau pengaruh satu atau lebih variabel *independen* dengan satu atau lebih variabel *dependen*.³⁰ Jadi disini ada dua variabel yaitu variabel *independen* (variabel yang mempengaruhi) dan variabel *dependen* (variabel yang dipengaruhi). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor kemanfaatan, kemudahan pengguna, kenyamanan dan kepercayaan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.

³⁰Sruyani Hendriadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), hlm. 119.

Penelitian kuantitatif dalam penelitian ini yaitu pengolahan data yang diperoleh melalui hasil observasi dan pendataan menggunakan kuesioner pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). Dari penyebaran kuesioner ke nasabah akan di dapatkan data yang nantinya akan dinilai menggunakan Skala *Likert*, kemudian dianalisis dengan bantuan aplikasi SPSS 16.

B. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Ismiyanto dan Sandu Siyoto, populasi adalah keseluruhan subjek atau totalitas subjek penelitian yang dapat berupa; orang, benda, suatu hal yang di dalamnya dapat diperoleh dan atau dapat memberikan informasi (data) penelitian.³¹

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah di ambil dari nasabah PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejangik 1 sebanyak 150 orang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu,

³¹Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 63.

kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul sefresentatif (mewakili).³²

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampel random sampling. Teknik ini merupakan pengambilan sampel anggota populasi yang diambil secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi ini. Untuk menentukan besarnya sampel yang dicari digunakan rumuas slovin sebagai berikut:³³

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

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir atau diinginkan (batas toleransi kesalahan)

Menurut Suhaimin Arikunto, penentuan pengambilan sampel apabila kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, tetapi jika jumlah subyeknya besar diambil 10-15%. Dalam hal ini penelitian akan mengambil sampel dari jumlah populasi nasabah PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang

³²Muhammad, “*Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif (Dilengkapi Dengan Contoh-Contoh Aplikasi: Proposal Penelitian dan Lapangan)*”, (Depok: Rajawali Press, 2008), hlm. 108.

³³Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&B Cetakan Ke-15* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 149.

Mataram Pejanggik 1 yaitu sebanyak nasabah tersebut. Jadi pengambilan sampelnya, peneliti mengambil patokan 10% dengan perhitungan sebagai berikut:

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

$$n = \frac{150}{1 + 150(0,1)^2}$$

$$n = \frac{150}{1 + 150(0,01)}$$

$$n = \frac{150}{1 + 1,5}$$

$$n = \frac{150}{2,5}$$

$$n = 60$$

Perpustakaan UIN Mataram

Jadi dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan jumlah sampel sebanyak 60 nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Mataram Pejanggik 1.

C. Waktu dan Tempat Penelitian

a. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian ini dimulai dari bulan November s/d Maret 2021. Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.

b. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 Jl. Pejanggik No. 23 Cakranegara, Kel. Cakranegara Barat, Kec. Cakranegara, Mataram, Nusa Tenggara Barat 83231, Tel. 0370644622.

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan orang yang lain atau dengan satu obyek dengan obyek yang lain. Variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu.

Dilihat dari bentuk hubungan klausa yaitu sebab akibat, maka variabel tersebut dibedakan menjadi dua kategori yaitu variabel bebas X dan variabel terikat Y. Variabel bebas X adalah variabel perlakuan pengaruh terhadap variabel terikat. Variabel Y adalah variabel yang timbul akibat variabel bebas atau respon dari variabel bebas. Oleh sebab itu variabel terikat menjadi tolak ukur atau indikator keberhasilan variabel bebas.

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu, variabel (*Independen*) dan variabel yang dipengaruhi (*Dependen*). Variabel *independen* yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor kemanfaatan, kemudahan

pengguna, kenyamanan dan kepercayaan. Sedangkan variabel *dependen* yaitu minat nasabah.

E. Instrumen/Alat dan Bahan Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama.³⁴ Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert.

Skala Likert digunakan secara luas yang mengharuskan responden untuk menunjukkan derajat setuju atau tidak setuju kepada setiap statmen yang berkaitan dengan obyek yang dinilai. Jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan pada penelitian ini dengan memberikan tanda silang (X) atau *ceklist* (✓) pada alternatif jawaban. Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Tabel 3.1

Skala Penilaian Likert

Pernyataan	Skor Jawaban				
	SS	S	KS	TS	STS
	5	4	3	2	1

Keterangan:

³⁴Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 75.

SS	= Sangat Setuju
S	= Setuju
KS	= Kurang Setuju
TS	= Tidak Setuju
STS	= Sangat Tidak Setuju

Dari hasil kajian yang valid dan reliable didapatkan melalui pengujian validitas dan reliabilitas dari instrumen yang digunakan. Berikut adalah uraian mengenai uji validitas dan reabilitas instrumen:

1. Uji Validitas

Suatu instrumen dinyatakan valid, apabila instrument tersebut mampu mengukur apa yang hendak dikur. Menurut Sugiyono, instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.³⁵

Validitas tiap item ditentukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment*. Teknik analisis data *product moment* digunakan untuk menguji hipotesis asosiatif (uji hubungan) dua variabel bila datanya berskala interval atau rasio. Untuk menentukan seberapa besar hubungan variabel bebas dengan variabel terikat digunakan korelasi *product moment* sebagai berikut:

³⁵*Ibid.*, hlm. 268.

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

$\sum x$ = Jumlah harga dari skor butir

$\sum y$ = Jumlah harga dari skor total

n = Jumlah subjek

$\sum xy$ = Jumlah perkalian skor total

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat dari skor butir

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat dari skor total

Bila diperoleh r hitung lebih besar dari r table pada tingkat signifikan (α) 0,05 maka pernyataan pada kuesioner mempunyai validitas konstruk atau terdapat konsistensi *internal* dalam pernyataan tersebut dan layak digunakan.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah kemampuan, keajengan atau stabilitas hasil pengamatan dengan instrumen. Instrumen yang reliable berarti instrument apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama.³⁶

³⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 269.

Uji reabilitas dalam penelitian ini adalah menggunakan *Cronbach Alpha* yang berguna untuk mengetahui apakah alat ukur yang dipakai dapat diandalkan atau dipercaya.

Rumus cronbach alpha:

$$\alpha = \frac{k - r}{i (k - r)}$$

keterangan :

r = Rata-rata korelasi antar item

k = Jumlah

F. Teknik Pengumpulan Data/ Prosedur Penelitian

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Perlu dijelaskan bahwa pengumpulan data dapat dikerjakan berdasarkan pengamatan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

a. Observasi

Observasi yaitu sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan questioner. Kalau wawancara dan questioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek alam yang lain. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan

bila penelitian berkenan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.³⁷

Adapun metode observasi yang digunakan peneliti adalah observasi kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut. Maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengamatan langsung terhadap lokasi penelitian khususnya di lokasi Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejangik

- 1.

b. Metode Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang yang utama dalam organisasi, yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau sistem yang sudah ada.³⁸

Kuesioner dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

a) Angket tertutup

Angket tertutup terdiri atas pernyataan dan pertanyaan dengan jumlah jawaban tertentu sebagai pilihan. Responden mengecek

³⁷Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2014), hlm. 145.

³⁸Lexi J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: PT. Remaja Rosada Karya, 2007), hlm. 174.

jawaban yang paling sesuai dengan pendiriannya. Angket ini dipilih bila peneliti cukup menguasai materi yang akan di tanyakan.

b) Angket terbuka

Angket ini memberikan kesempatan penuh memberi jawaban menurut apa yang dirasa oleh responden. Peneliti hanya memberikan sejumlah pertanyaan berkenaan dengan masalah penelitian dan meminta responden menguraikan pendapatnya.

c) Kombinasi angket terbuka dan tertutup

Angket ini digabungkan menjadi satu dalam sebuah penelitian untuk mendapatkan data yang lebih lengkap.³⁹ Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

- 1) Data primer adalah data yang didapat secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner, yaitu nasabah yang menggunakan *mobile banking*.
- 2) Data sekunder adalah data yang didapat dari instansi atau lembaga pada saat melakukan observasi awal yang terkait dengan penelitian ini, yaitu dari Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1, yaitu berapa jumlah pengguna *mobile banking* pada instansi tersebut.

³⁹*Ibid.*, hlm 129.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil catatan lapangan dan bahan-bahan lain sehingga dapat dengan mudah dipahami dan tentunya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Adapun alat yang digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis data adalah:

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji statistik yang digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari *Kolmogorov Smirnov* dengan pedoman sebagai berikut:⁴⁰

- 1) Hipotesis diterima apabila $p \text{ value (Sig)} > \alpha = 0,05$
- 2) Hipotesis ditolak apabila $p \text{ value (Sig)} < \alpha = 0,05$

b. Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah di dalam persamaan regresi terjadi gejala multikolinearitas, jika ada berarti sesama variabel bebasnya terjadi korelasi.

⁴⁰Ghozali Imam, *Analisis Multivariate SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro), hlm. 28.

- 1) Jika nilai VIF $< 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.
- 2) Jika nilai VIF $> 0,10$ maka terjadi multikolinearitas dalam model regresi.⁴¹

c. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas bisa dilakukan dengan uji *Glejser*. Uji *Glejser* yaitu uji yang dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 0,05 (5%) maka model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.⁴²

2. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda dilakukan apabila jumlah variabel *independennya* minimal dua, model ini digunakan untuk mengetahui pengaruh faktor kemanfaatan, faktor kemudahan pengguna, faktor kenyamanan, dan faktor kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Cabang (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1. Persamaan regresi untuk penelitian ini adalah tiga prediktor:

⁴¹Putri Nur Cahyani, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Good Corporate Governance* (GCG) dan Karakteristik Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan", (Skripsi, IAIN Surakarta, Surakarta), hlm. 35.

⁴²Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016). Hlm. 49.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan:

Y = Minat menggunakan

a = Angka konstanta

b = Beta

X1 = Kemudahan

X2 = Kemudahan pengguna

X3 = Kenyamanan

X4 = Kepercayaan.⁴³

Data yang telah didapatkan kemudian dianalisis menggunakan metode analisis kuantitatif. Sesuai data yang tersedia data primer dianalisis melalui tahap *editing*, *coding*, dan *tabulasi*. Sedangkan data sekunder dianalisis secara terpisah, skala data yang digunakan adalah skala *interval*.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi adalah kuadrat dari koefisien korelasi *pearson product moment* yang dikalikan dengan 100%. Dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel-variabel X1, X2, X3, dan X4 mempunyai kontribusi atau mampu menerangkan variabel Y.⁴⁴

Persamaan untuk koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KP = (R_{x_1x_2y})^2 \times 100\%$$

Dimana:

⁴³Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabet, 2014), hlm. 275.

⁴⁴Suliyanto, *Ekonometrika Terapan Teori & Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi publisher, 2011), hlm. 212.

KP = Nilai koefisien determinasi

$(R_{x1x2y})^2$ = Nilai koefisien korelasi berganda

Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi berapa persentase kontribusi variabel (X) terhadap variabel (Y). Untuk melengkapi analisis data kuantitatif ini peneliti menggunakan alat hitung SPSS (*statistic product service solution*) versi 20.

4. Uji simultan (F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel X secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel Y. Uji statistik yang digunakan untuk pengujian ini adalah:

Persamaan hipotesis nihil (N0) dan hipotesis alternatif (H1)

$H_0 = \beta_1 = 0$ tidak ada pengaruh yang positif dari masing-masing variabel bebas (X1,X2,X3,X4) terhadap variabel terikat (Y).

$H_0 \neq \beta_1 = 0$ ada pengaruh yang positif dari masing-masing variabel.⁴⁵

5. Uji persial (T)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *independen* yang terdapat dalam persamaan regresi secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel *dependen*. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

⁴⁵Suharydi, *Statistic Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hlm. 97.

- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak,

Berdasarkan signifikasinya:

- a. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini mengacu pada buku pedoman penulisan skripsi UIN Mataram yang berguna untuk memudahkan proses kerja dalam penyusunan serta untuk menepatkan gambaran dan arahan penulisan yang baik dan benar. Penulisan skripsi ini menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar, baik tentang struktur kalimat maupun kata. Tidak lupa juga menggunakan ejaan Bahasa Indonesia yang telah disempurnakan dan mengacu pada kamus besar Bahasa Indonesia.

Pada Bab I Pendahuluan, yang berisi tentang pendahuluan yang mengemukakan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan bab tentang pemaparan data temuan, yaitu bab yang membahas seluruh data temuan penelitian. Pada bab ini berisi tentang gambaran umum Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 dan rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Apakah variabel kemanfaatan mempengaruhi minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*?

2. Apakah variabel kemudahan pengguna mempengaruhi minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*?
3. Apakah variabel kenyamanan mempengaruhi minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*?
4. Apakah variabel kepercayaan mempengaruhi minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*?
5. Apakah variabel kemanfaatan, kemudahan pengguna, kenyamanan, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*?

Bab III Pembahasan, yang berisi tentang hasil penelitian yang telah dilakukan dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel kemanfaatan mempengaruhi minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*?
2. Apakah variabel kemudahan pengguna mempengaruhi minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*?
3. Apakah variabel kenyamanan mempengaruhi minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*?
4. Apakah variabel kepercayaan mempengaruhi minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*?
5. Apakah variabel kemanfaatan, kemudahan pengguna, kenyamanan, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*?

Bab IV Penutup, yang berisi tentang kesimpulan dan saran. Bab ini menguraikan tentang kesimpulan berdasarkan analisis tersebut, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dari hasil penelitian. Sedangkan saran yaitu setelah adanya penelitian dan pengamatan keadaan serta situasi di PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1, maka peneliti bisa memberikan saran.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

- a. Profil umum dan sejarah Bank BSI Kantor Cabang Mataram
Pejanggik 1

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip syariah dengan 3 (tiga) pilarnya, yaitu: adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-Undang No. 10 tahun 1998 pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Prmbantu.

Di samping itu nasabah juga dapat layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channeling*) dengan lebih kurang 1.500 outlet yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Di samping pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap mempertahankan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Penguruh Syariah (DPS) yang saat itu diketuai oleh KH. Ma'ruf

Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam *Corporate Plan* UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu *spin off* bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan terbitnya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Di samping itu, komitmen pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak, dan 20 Payment Point.

Pada tanggal 1 Februari 2021 BNI Syariah resmi bergabung dengan BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan Bank Tabungan

Negara (BTN) menjadi Bank Syariah Indonesia. Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai berikut:⁴⁶

- 1) 2016, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyiapkan peta jalan atau roadmap pengembangan keuangan syariah.
- 2) 2019, Otoritas Jasa Keuangan atau OJK mendorong bank syariah dan unit usaha syariah milik pemerintah berkonsolidasi atau merger perbankan. Di antaranya PT. Bank Syariah mandiri, PT Bank BNI Syariah, PT Bank BRI Syariah, Unit Usaha Syariah, PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.
- 3) 2 Juli 2020, Menteri Badan Usaha Milik Negara Erick Thohir berencana menggabungkan bank syariah BUMN yaitu BRI Syariah, BNI Syariah, BTN Syariah dan Mandiri Syariah.
- 4) Oktober 2020, Pemerintah secara resmi mengumumkan rencana merger bank syariah dari tiga bank Himbara yaitu Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah.
- 5) 11 Desember 2020, Konsolidasi bank syariah Himbara menetapkan nama perusahaan hasil merger menjadi PT. Bank Syariah Indonesia Tbk.
- 6) 27 Januari 2021, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan izin merger usaha tiga bank syariah. Surat itu terbit dengan Nomor SR-3/PB.1/2021.

⁴⁶Dikutip dari BankIndonesia.id, “Berdirinya Bank Syariah Indonesia”, [Http://indonesiabaik.id/infografis/berdirinya-bank-syariah-indonesia](http://indonesiabaik.id/infografis/berdirinya-bank-syariah-indonesia), diakses tanggal 25 April , pukul 14.30.

- 7) 1 Februari 2021, Presiden Jokowi meresmikan PT Bank Syariah Indonesia Tbk atau Bank Syariah Indonesia (BSI).

Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram terbentuk pada tahun 2011 yang terletak di Jl. Pejanggik No. 23 Cakranegara, Kel. Cakranegara Barat, Kecamatan Cakranegara Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat-83231. Yang sekarang berganti menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Mataram Pejanggik 1.

b. Letak geografis

Secara geografis Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Mataram Pejanggik 1 terletak di Jl. Pejanggik No. 23 Cakranegara, Kel. Cakranegara Barat, Kec. Cakranegara, Mataram, dengan batas-batas sebagai berikut:

- 1.) Sebelah Barat : Berbatasan dengan Pura
- 2.) Sebelah Timur : Toko/ruko/Bank Danamon Syariah
- 3.) Sebelah Utara : Berbatasan dengan Pura
- 4.) Sebelah Selatan : Berbatasan dengan pemukiman warga

c. Visi dan Misi

- 1.) Visi

Top 10 Global Islamic Bank.

2.) Misi

- a.) 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.
- b.) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- c.) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.⁴⁷
- d. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1

Dalam suatu lembaga keuangan diperlukan suatu organisasi yang baik dan teratur dalam rangka membantu kelangsungan proses transaksi yang baik dalam suatu lembaga keuangan.

Adapun susunan organisasi yang ada pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 yaitu susunan kedudukan dari para pegawai atau karyawan yang ada, dimulai dari tingkat yang paling atas hingga yang paling bawah.⁴⁸

(Terlampir)

⁴⁷Dikutip dari BSI Bank Syariah Indonesia, “Layanan Informasi”, <https://www.bankbsi.co.id/>, diakses tanggal 1 Juli 2021.

⁴⁸Dokumen, Arsif Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pejanggik 1, dikutip tanggal 1 juli 2021.

e. Produk *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1

Mobile banking merupakan layanan perbankan 24 jam. Dengan menggunakan *handphone* dan terkoneksi dengan jaringan internet sudah dapat melakukan berbagai transaksi perbankan dengan mudah, nyaman dan aman. *Mobile banking* tidak hanya memberikan kenyamanan namun juga kemudahan karena menu-menu pada aplikasi *mobile banking* yang digunakan tanpa memiliki keterampilan khusus. Serta aman karena *mobile banking* dilengkapi dengan sistem keamanan.

Layanan *mobile banking* memiliki banyak fitur-fitur dan memberikan kemanfaatan, kemudahan pengguna, kenyamanan dan kepercayaan. Kemudahan layanan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia (BSI).⁴⁹

- 1.) Melakukan berbagai transaksi non keuangan atau informasi tentang rekening seperti : Mengecek informasi saldo, daftar mutasi, tanggal mutasi, informasi portofolio, daftar transaksi terjadwal, registrasi notifikasi.
- 2.) Melakukan transaksi keuangan tanpa harus ke bank atau atm : Transfer antar rekening BSI, transfer ke bank lain, QRIS dan tarik tunai tanpa kartu.

⁴⁹Dilihat dari aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI).

- 3.) Melakukan pembayaran : PLN postpaid, telepon/hp/telkom pay, akademik, institusi, tiket, asuransi, internet/tv kabel, *e-commerce*, berbagi-ziswaf, BPJS, haji dan umrah, penerimaan negara (MPN), PDAM, *multi payment*.
- 4.) Melakukan pembelian : *Vocher handphone*/hp, PLN prepaid, *e-money*, paket data, top up, *streaming* video & musik, aqiqah, kartu debit otp, *vocher google play*.
- 5.) Terdapat fitur layanan Islami (Al-Qur'an dan hikmah) : Juz amma, juz amma per ayat, asmaul husna, hikmah, kalkulator qurban.
- 6.) Terdapat fitur layanan untuk berbagi – ziswaf : Zakat, infaq, wakaf, warteg *mobile*, jadiberkah.id, kalkulator zakat, kitabisa, dompet dhuafa, fidyah.
- 7.) Fitur emas : Tabungan emas, gadai emas.
- 8.) Pembukaan rekening : Tabungan haji Indonesia, tabungan *easy* mudharabah, tabungan *easy* wadiah, tabungan autosave.
- 9.) Waktu solat, info masjid terdekat dan lain-lain.

Cara mudah menjadi pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI), namun sebelum menikmati kemudahan bertransaksi menggunakan layanan BSI *mobile banking* tersebut tadi harus sudah unduh aplikasi BSI *mobile* dan melakukan aktivasi.

- 1.) Cara mendapatkan kode aktivasi yaitu:
 - a.) Pertama buka aplikasi BSI *mobile* di perangkat yang anda gunakan (*smartphone*).

- b.) Lalu anda akan diberikan 2 pilihan menu yaitu buka rekening atau sudah memiliki rekening. Pilih saja sudah memiliki rekening.
 - c.) Setelah itu pilih menu strip tiga garis yang ada di pojok kiri atas pada aplikasi BSI *mobile banking*.
 - d.) Nanti anda akan diberi beberapa pilihan menu pada aplikasi BSI *mobile banking*, pilih dan klik minta kode aktivasi ulang.
 - e.) Selanjutnya tinggal tunggu saja kode aktivasi tersebut dikirim oleh pihak BSI ke nomer anda.
- 2.) Cara aktivasi BSI *mobile banking* adalah:

Setelah berhasil mendapatkan kode aktivasi tersebut, maka anda sudah bisa berlanjut ke cara aktivasi BSI *mobile banking* nya.

a.) Anda hanya perlu membuka aplikasi BSI *mobile* yang sudah berhasil di unduh.

b.) Jika sudah, maka akan ditampilkan menu halaman utama, yaitu menu buka rekening atau sudah memiliki rekening. Pilih dan klik menu sudah memiliki rekening.

c.) Lanjut dengan pilih aktivasi. Adapun jika belum *registrasi* maka klik *regristrasi*.

d.) Kemudian akan ada persetujuan mengenai syarat dan ketentuannya. Baca dan pahami semuanya, lalu centang dan klik setuju.

- e.) Selanjutnya anda akan dibawa ke menu layar tampilan baru. Dimana di dalam menu tersebut pengguna BSI *mobile* diminta untuk mengisi nomor *handphone* dan kode aktivasi yang tadi berhasil didapatkan. Setelahnya itu klik selanjutnya.
- f.) Kemudian ada tampilan baru lagi pada layar, dimana menu tersebut meminta anda untuk membuat kata sandi agar bisa login ke BSI *mobile banking*. Buat kata sandi sebanyak 2 kali, yang kedua yaitu untuk konfirmasi. Jika sudah, klik buat kata sandi.
- g.) Jika sudah, maka aktivasi BSI *mobile banking* anda berhasil. Selanjutnya anda sudah bisa menikmati fitur yang ada untuk melakukan transaksi perbankan secara *online*.

2. Deskripsi Data Penelitian

a. Deskripsi karaktersistik responden

Responden dalam penelitian ini adalah para nasabah pengguna *mobile banking* di PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1. Sempel yang diambil dari penelitian ini adalah berjumlah 60 responden. Berikut ini gambaran umum karakteristik responden hasil dari penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner:

1.) Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1
Karakteristik Rsponden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	29	48,3%
Perempuan	31	51,7%
Total	60	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2021

Pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah responden perempuan sebanyak 31 orang dengan persentase 51,7% sedangkan responden laki-laki sebanyak 29 orang dengan persentase 48,3%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari nasabah pengguna *mobile banking* di PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Mataram Pejanggik 1 yang di ambil sebagai responden adalah perempuan.

2.) Usia

Tabel 4.2
Karateristik Responden Berdasarkan Jenis Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
17-20	4	5%
21-25	36	60%
26-30	11	18,3%
31-35	5	8,3%

36-40	2	5%
41-45	2	3,3%
Total	60	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2021

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden nasabah pengguna *mobile banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Mataram Pejanggik 1 yang diambil sebagai responden sebagian besar berusia 21-25 tahun. Berdasarkan tabel diatas, ditunjukkan bahwa responden berusia 17-20 tahun sebanyak 4 orang atau 6,7%, responden berusia 21-25 tahun sebanyak 36 orang atau 60%, responden berusia 26-30 tahun sebanyak 11 orang atau 18,3%, responden berusia 31-35 tahun sebanyak 5 orang atau 8,3%, responden berusia 36-40 tahun sebanyak 3 orang atau 3,3%, responden berusia 40-45 tahun sebanyak 2 orang atau 3,3%.

3.) Lama Menjadi Nasabah

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah	Frekuensi	Persentase
< 1 Tahun	13	21,7%
1-2 Tahun	21	35%
2-3 Tahun	23	38,3%

> 5 Tahun	3	5%
Total	60	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2021

Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden nasabah pengguna *mobile banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Mataram Pejanggik 1 yang diambil sebagai responden sebagian besar lama menjadi nasabah 2-3 tahun sebanyak 23 orang atau 38,3%. Berdasarkan tabel tersebut, ditunjukkan bahwa responden lama menjadi nasabah < 1 tahun sebanyak 13 orang atau 21,7%, responden lama menjadi nasabah 1-2 tahun sebanyak 21 orang atau 35%, responden lama menjadi nasabah 2-3 tahun sebanyak 23 orang atau 38,3%, responden lama menjadi nasabah > 5 tahun sebanyak 3 orang atau 5%.

4.) Pekerjaan

Perpustakaan UIN Mataram

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pegawai Swasta	17	28,3%
Pelajar/Mahasiswa	16	26,7%
PNS/TNI/Polri	4	6,7%
Pedagang	14	23,3%
Ibu Rumah Tangga (IRT)	2	3,3%

Lainnya	7	11,7%
Total	60	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2021

Pada tabel 4.4 dijelaskan bahwa sebagian besar dari pekerjaan nasabah pengguna *mobile banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Mataram Pejanggik 1 yang diambil sebagai responden adalah pegawai swasta yaitu sebanyak 17 orang atau 28,3%, responden pelajar/mahasiswa sebanyak 16 orang atau 26,7%, responden PNS/TNI/Polri sebanyak 4 orang atau 6,7%, responden pedagang 14 orang atau 23,3%, responden IRT sebanyak 2 orang atau 3,3%, dan responden yang lainnya sebanyak 7 orang atau 11,7%.

5.) Pendidikan Terakhir

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SMA	32	53,3%
DIPLOMA	2	3,3%
SARJANA	26	43,3%
Total	60	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2021

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden nasabah pengguna *mobile banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI)

Cabang Mataram Pejanggik 1 yang diambil sebagai responden sebagian besar pendidikan terakhirnya SMA. Berdasarkan tabel tersebut, ditunjukkan bahwa responden SMA sebanyak 32 orang atau 53,3%, responden DIPLOMA sebanyak 2 orang atau 3,3%, SARJANA sebanyak 26 orang atau 43,3%.

6.) Penghasilan

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Frekuensi	Persentase
< Rp 500.000,00	6	10%
Rp 500.000,00 - Rp 1.000.000,00	20	33,3%
Rp 1.000.000,00 - Rp 3.000.000,00	27	45%
Rp 3.000.000,00 - Rp 5.000.000,00	5	8,3%
> Rp 5.000.000,00	2	3,3%
Total	60	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2021

Pada tabel 4.6 dapat dijelaskan bahwa sebagian besar dari penghasilan perbulan nasabah pengguna *mobile banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Mataram Pejanggik 1 ialah nasabah yang berpenghasilan Rp 1.000.000,00 - Rp 3.000.000,00. Berdasarkan tabel tersebut responden kurang Rp 500.000,00 sebanyak 6 orang atau 10%, responden Rp 500.000,00 – Rp 1.000.000,00 sebanyak 20 orang atau 33,3%, responden Rp

1.000.000,00 – Rp 3.000.000,00 sebanyak 27 orang atau 45%, responden Rp 3.000.000,00 – Rp 5.000.000,00 sebanyak 5 orang atau 8,3%, lebih dari Rp 5.000.000,00 sebanyak 2 orang atau 3,3%.

7.) Perangkat yang digunakan

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Perangkat Yang Digunakan

Perangkat yang digunakan	Frekuensi	Persentase
<i>Handphone</i>	60	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2021

Pada tabel 4.7 dijelaskan bahwa perangkat yang digunakan responden nasabah PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Mataram Pejanggalik 1 untuk mengakses *mobile banking* adalah 60 orang atau 100% total menggunakan *handphone* (HP).

b. Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari faktor kemanfaatan, faktor kemudahan pengguna, faktor kenyamanan, faktor kepercayaan sebagai variabel bebas, dan minat nasabah sebagai variabel terikat. Data-data tersebut diperoleh dari hasil kuesioner yang telah disebar, untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

1.) Deskripsi Variabel Faktor Kemanfaatan (X1)

- a.) Dengan menggunakan *mobile banking* sangat bermanfaat bagi nasabah dalam bertransaksi tanpa harus bank.

Tabel 4.8
Variabel Pernyataan X1.1

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	5	8.3	8.3	8.3
	KURANG SETUJU	5	8.3	8.3	16.7
	SETUJU	25	41.7	41.7	58.3
	SANGAT SETUJU	25	41.7	41.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan pertama, ada sebanyak 5 responden atau 8,3% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 5 responden atau 8,3% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 25 responden atau 41,7% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 25 responden atau 41,7% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5.

Bahwa mereka percaya dengan menggunakan *mobile banking* bermanfaat bagi nasabah.

- b.) Dengan manfaat *mobile banking* menjadikan pekerjaan lebih mudah karena tidak membuang-membuang waktu

Tabel 4.9
Variabel Pernyataan X1.2

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	3	5.0	5.0	5.0
	KURANG SETUJU	7	11.7	11.7	16.7
	SETUJU	34	56.7	56.7	73.3
	SANGAT SETUJU	16	26.7	26.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan kedua, ada sebanyak 3 responden atau 5% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 7 responden atau 11,7% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 34 responden atau 56,7% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 16 responden atau 26,7% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa dengan manfaat menggunakan *mobile banking* menjadikan nasabah lebih mudah saat beraktifitas.

c.) *Mobile banking* bermanfaat bertransaksi kemana saja dan tanpa batas.

Tabel 4.10
Variabel Pernyataan X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.7	1.7	1.7
	TIDAK SETUJU	2	3.3	3.3	5.0
	KURANG SETUJU	10	16.7	16.7	21.7
	SETUJU	22	36.7	36.7	58.3
	SANGAT SETUJU	25	41.7	41.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan ketiga, ada sebanyak 1 responden atau 1,7% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan skor 1, 2 responden atau 3,3% yang

menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 10 responden atau 16,7% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 22 responden atau 36,7% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 25 responden atau 41,7% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa dengan manfaat menggunakan *mobile banking* nasabah sangat bisa bertransaksi dimana saja tanpa batas.

d.) Dengan manfaat *mobile banking* bisa mempercepat waktu transaksi tanpa harus menganantri di bank.

Tabel 4.11
Variabel Pernyataan X1.4
X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	3.3	3.3	3.3
	TIDAK SETUJU	5	8.3	8.3	11.7
	KURANG SETUJU	8	13.3	13.3	25.0
	SETUJU	22	36.7	36.7	61.7
	SANGAT SETUJU	23	38.3	38.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan keempat, ada sebanyak 2 responden atau 3,3% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan skor 1, 5 responden atau 8,3% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 8 responden atau 13,3% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 22 responden atau 36,7% yang menyatakan setuju dengan skor 4,

dan sebanyak 23 responden atau 38,3% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa dengan manfaat menggunakan *mobile banking* bisa mempercepat waktu nasabah bertransaksi.

e.) Disaat mendesak nasabah tinggal memanfaatkan aplikasi *mobile banking* untuk melakukan pembayaran apa saja.

Tabel 4.12
Variabel Pernyataan X1.5
X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.7	1.7	1.7
	TIDAK SETUJU	3	5.0	5.0	6.7
	KURANG SETUJU	7	11.7	11.7	18.3
	SETUJU	32	53.3	53.3	71.7
	SANGAT SETUJU	17	28.3	28.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan kelima, ada sebanyak 1 responden atau 1,7% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan skor 1, 3 responden atau 5% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 7 responden atau 11,7% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 32 responden atau 53,3% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 17 responden atau 28,3% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa disaat mendesak nasabah

bisa memanfaatkan *mobile banking* untuk melakukan pembayaran apa saja.

f.) Dengan manfaat bertransaksi menggunakan *mobile banking* menjadikan pekerjaan lebih mudah.

Tabel 4.13
Variabel Pernyataan X1.6

X1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.7	1.7	1.7
TIDAK SETUJU	1	1.7	1.7	3.3
KURANG SETUJU	8	13.3	13.3	16.7
SETUJU	26	43.3	43.3	60.0
SANGAT SETUJU	24	40.0	40.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan keenam, ada sebanyak 1 responden atau 1,7% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan skor 1, 1 responden atau 1,7% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 8 responden atau 13,3% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 26 responden atau 43,3% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 24 responden atau 40% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa dengan menggunakan *mobile banking* bisa bermanfaat memudahkan pekerjaan nasabah.

2.) Deskripsi Variabel Faktor Kemudahan Pengguna (X2)

- a.) Dengan menggunakan *mobile banking* bisa memudahkan nasabah untuk menghemat waktu nasabah dalam bertransaksi sehari-hari.

Tabel 4.14
Variabel Pernyataan X2.1

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	3.3	3.3	3.3
	KURANG SETUJU	22	36.7	36.7	40.0
	SETUJU	16	26.7	26.7	66.7
	SANGAT SETUJU	20	33.3	33.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan pertama, ada 2 responden atau 3,3% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 22 responden atau 36,7% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 16 responden atau 26,7% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 20 responden atau 33,3% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa dengan menggunakan *mobile banking* bisa memudahkan nasabah untuk menghemat waktu bertransaksi.

- b.) *Mobile banking* sangat mudah untuk dioperasikan karena saya merasa mampu menggunakan *mobile banking* untuk bertransaksi.

Tabel 4.15
Variabel Pernyataan X2.2

		X2.2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	4	6.7	6.7	6.7
	KURANG SETUJU	18	30.0	30.0	36.7
	SETUJU	29	48.3	48.3	85.0
	SANGAT SETUJU	9	15.0	15.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan kedua, ada sebanyak 4 responden atau 6,7% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 18 responden atau 30% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 29 responden atau 48,3% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 9 responden atau 15% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5.

Bahwa mereka percaya bisa menggunakan *mobile banking* untuk bertransaksi.

- c.) Dengan bertransaksi menggunakan *mobile banking* memudahkan nasabah untuk bertransaksi kapan saja tanpa batas waktu.

Tabel 4.16
Variabel Pernyataan X2.3

		X2.3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	9	15.0	15.0	15.0
	KURANG SETUJU	17	28.3	28.3	43.3
	SETUJU	15	25.0	25.0	68.3

SANGAT SETUJU	19	31.7	31.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan ketiga, ada sebanyak 9 responden atau 15% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 17 responden atau 28,3% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 15 responden atau 25% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 19 responden atau 31,7% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa dengan menggunakan *mobile banking* nasabah sangat mudah bertransaksi dimana saja tanpa batas.

d.) Saya menggunakan *mobile banking* karena menu di aplikasi *mobile banking* mudah untuk dipelajari dan mudah untuk dimengerti.

Perpustakaan IAIN Mataram

Tabel 4.17

Variabel Pernyataan X2.4

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.7	1.7	1.7
TIDAK SETUJU	7	11.7	11.7	13.3
KURANG SETUJU	19	31.7	31.7	45.0
SETUJU	19	31.7	31.7	76.7
SANGAT SETUJU	14	23.3	23.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan keempat,

ada sebanyak 1 responden atau 1,7% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan skor 1, 7 responden atau 11,7% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 19 responden atau 31,7% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 19 responden atau 31,7% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 14 responden atau 23,3% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa mereka percaya bisa menggunakan *mobile banking* untuk bertransaksi karena menu-menu yang ada di aplikasi tersebut sangat mudah untuk dipelajari.

e.) Aplikasi di *mobile banking* mudah di gunakan sehingga saya lebih trampil saat menggunakannya

Tabel 4.18
Variabel Pernyataan X2.5

X2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.7	1.7	1.7
TIDAK SETUJU	10	16.7	16.7	18.3
KURANG SETUJU	13	21.7	21.7	40.0
SETUJU	24	40.0	40.0	80.0
SANGAT SETUJU	12	20.0	20.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan kelima, ada sebanyak 1 responden atau 1,7% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan skor 1, 10 responden atau 16,7% yang

menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 13 responden atau 21,7% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 24 responden atau 40% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 12 responden atau 20% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa mereka percaya bisa menggunakan *mobile banking* untuk bertransaksi karena mudah digunakan.

f.) Kemudahan *Mobile banking* bisa memproses setiap transaksi dengan cepat, kapanpun dan dimanapun (kecepatan diluar kondisi sinyal dan jaringan provider).

Tabel 4.19
Variabel Pernyataan X2.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TIDAK SETUJU	17	28.3	28.3	28.3
KURANG SETUJU	9	15.0	15.0	43.3
SETUJU	22	36.7	36.7	80.0
SANGAT SETUJU	12	20.0	20.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan keenam, ada sebanyak 17 responden atau 28,3% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 9 responden atau 15% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 22 responden atau 36,7% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 12 responden atau 20% yang menyatakan sangat setuju

dengan skor 5. Bahwa dengan menggunakan *mobile banking* nasabah sangat mudah bertransaksi dimana saja tanpa batas.

3.) Deskripsi Variabel Faktor Kenyamanan (X3)

a.) Dengan melakukan transaksi menggunakan *mobile banking*, saya merasa nyaman karena prosesnya cepat dan tidak perlu mengantri seperti di bank.

Tabel 4.20
Variabel Pernyataan X3.1
X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	3	5.0	5.0	5.0
	TIDAK SETUJU	8	13.3	13.3	18.3
	KURANG SETUJU	24	40.0	40.0	58.3
	SETUJU	15	25.0	25.0	83.3
	SANGAT SETUJU	10	16.7	16.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan pertama, ada sebanyak 3 responden atau 5% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan skor 1, 8 responden atau 13,3% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 24 responden atau 40% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 15 responden atau 25% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 10 responden atau 16,7% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa nasabah pengguna *mobile banking* merasa nyaman saat melakukan transaksi.

b.) Saya merasa nyaman melakukan transaksi melalui *mobile banking* karena kebutuhan mendesak dapat teratasi dan dapat dilakukan dimana saja.

Tabel 4.21
Variabel Pernyataan X3.2

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	3.3	3.3	3.3
	TIDAK SETUJU	6	10.0	10.0	13.3
	KURANG SETUJU	25	41.7	41.7	55.0
	SETUJU	20	33.3	33.3	88.3
	SANGAT SETUJU	7	11.7	11.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan kedua, ada sebanyak 2 responden atau 3,3% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan skor 1, 6 responden atau 10% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 25 responden atau 41,7% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 20 responden atau 33,3% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 7 responden atau 11,7% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa nasabah pengguna *mobile banking* merasa nyaman bertransaksi karena dapat dilakukan dimana saja.

c.) *Mobile banking* mudah di akses layanannya dan pengoperasiannya yang sangat simpel.

Tabel 4.22
Variabel Pernyataan X3.3

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	3.3	3.3	3.3
	TIDAK SETUJU	8	13.3	13.3	16.7
	KURANG SETUJU	22	36.7	36.7	53.3
	SETUJU	25	41.7	41.7	95.0
	SANGAT SETUJU	3	5.0	5.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan ketiga, ada sebanyak 2 responden atau 3,3% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan skor 1, 8 responden atau 13,3% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 22 responden atau 36,7% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 25 responden atau 41,7% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 3 responden atau 5% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa mereka sangat percaya *mobile banking* mudah diakses.

- d.) Menggunakan *mobile banking* dapat menghemat waktu penggunaannya.

Tabel 4.23
Variabel Pernyataan X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.7	1.7	1.7
	TIDAK SETUJU	9	15.0	15.0	16.7
	KURANG SETUJU	18	30.0	30.0	46.7
	SETUJU	22	36.7	36.7	83.3
	SANGAT SETUJU	10	16.7	16.7	100.0
Total		60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan keempat, ada sebanyak 1 responden atau 1,7% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan skor 1, 9 responden atau 15% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 18 responden atau 30% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 22 responden atau 36,7% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 10 responden atau 16,7% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa para nasabah percaya menggunakan *mobile banking* dapat menghemat waktu.

e.) Layanan *mobile banking* sangat jelas dan mudah dipahami.

Tabel 4.24
Variabel Pernyataan X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	4	6.7	6.7	6.7
	TIDAK SETUJU	4	6.7	6.7	13.3
	KURANG SETUJU	24	40.0	40.0	53.3

SETUJU	22	36.7	36.7	90.0
SANGAT SETUJU	6	10.0	10.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan kelima, ada sebanyak 4 responden atau 6,7% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan skor 1, 4 responden atau 6,7% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 24 responden atau 40% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 22 responden atau 36,7% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 6 responden atau 10% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa layanan *mobile banking* sangat jelas dan mudah dipahami.

4.) Deskripsi Variabel Faktor Kepercayaan (X4)

- a.) Saya tidak merasa takut dan khawatir melakukan transaksi melalui *mobile banking* karena keakuratan proses dan data terjamin keamanan serta kerahasiaannya.

Tabel 4.25
Variabel Pernyataan X4.1

X4.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.7	1.7	1.7
TIDAK SETUJU	8	13.3	13.3	15.0
KURANG SETUJU	30	50.0	50.0	65.0
SETUJU	18	30.0	30.0	95.0
SANGAT SETUJU	3	5.0	5.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan pertama, ada sebanyak 1 responden atau 1,7% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan skor 1, 8 responden atau 13,3% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 30 responden atau 50% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 18 responden atau 30% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 3 responden atau 5% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa mereka tidak pernah merasa takut saat melakukan transaksi menggunakan *mobile banking*.

b.) Transaksi yang dilakukan melalui *mobile banking* aman dan dapat dipercaya karena terjamin kerahasiaannya.

Tabel 4.26

Variabel Pernyataan X4.2

X4.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	10	16.7	16.7	16.7
TIDAK SETUJU	5	8.3	8.3	25.0
KURANG SETUJU	21	35.0	35.0	60.0
SETUJU	21	35.0	35.0	95.0
SANGAT SETUJU	3	5.0	5.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan kedua, ada sebanyak 10 responden atau 16,7% yang menyatakan sangat

tidak setuju dengan skor 1, 5 responden atau 8,3% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 21 responden atau 35% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 21 responden atau 35% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 3 responden atau 5% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa mereka tidak merasa menggunakan *mobile banking* untuk melakukan transaksi.

c.) Saya merasa *mobile banking* telah dilengkapi dengan sistem keamanan yang handal.

Tabel 4.27
Variabel Pernyataan X4.3
X4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	3.3	3.3	3.3
	TIDAK SETUJU	11	18.3	18.3	21.7
	KURANG SETUJU	20	33.3	33.3	55.0
	SETUJU	25	41.7	41.7	96.7
	SANGAT SETUJU	2	3.3	3.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan ketiga, ada sebanyak 2 responden atau 3,3% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan skor 1, 11 responden atau 18,3% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 20 responden atau 33,3% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 25 responden atau 41,7% yang menyatakan setuju dengan skor

4, dan sebanyak 2 responden atau 3,3% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa mereka sangat percaya akan keamanan yang diberikan oleh bank saat melakukan transaksi *mobile banking*.

d.) Pihak bank melindungi informasi personal saat bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

Tabel 4.28
Variabel Pernyataan X4.4
X4.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	9	15.0	15.0	15.0
	TIDAK SETUJU	7	11.7	11.7	26.7
	KURANG SETUJU	19	31.7	31.7	58.3
	SETUJU	21	35.0	35.0	93.3
	SANGAT SETUJU	4	6.7	6.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan keempat, ada sebanyak 9 responden atau 15% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan skor 1, 7 responden atau 11,7% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 19 responden atau 31,7% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 21 responden atau 35% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 4 responden atau 6,7% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa mereka sangat percaya akan

keamanan yang diberikan oleh bank saat melakukan transaksi *mobile banking*.

e.) Saya percaya *mobile banking* aman digunakan untuk digunakan.

Tabel 4.29
Variabel Pernyataan X4.5

X4.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	4	6.7	6.7	6.7
TIDAK SETUJU	6	10.0	10.0	16.7
KURANG SETUJU	29	48.3	48.3	65.0
SETUJU	19	31.7	31.7	96.7
SANGAT SETUJU	2	3.3	3.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan keempat, ada sebanyak 4 responden atau 6,7% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan skor 1, 6 responden atau 10% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 29 responden atau 48,3% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 19 responden atau 31,7% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 2 responden atau 3,3% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa mereka sangat percaya akan keamanan yang diberikan oleh bank saat melakukan transaksi *mobile banking*.

f.) Saya percaya semua data yang diproses melalui *mobile banking* tidak akan di salah gunakan oleh pihak bank.

Tabel 4.30
Variabel Pernyataan X4.6

		X4.6			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	4	6.7	6.7	6.7
	TIDAK SETUJU	7	11.7	11.7	18.3
	KURANG SETUJU	21	35.0	35.0	53.3
	SETUJU	27	45.0	45.0	98.3
	SANGAT SETUJU	1	1.7	1.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan keempat, ada sebanyak 4 responden atau 6,7% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan skor 1, 7 responden atau 11,7% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 21 responden atau 35% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 27 responden atau 45% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 1 responden atau 1,7% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa mereka sangat percaya data yang ada tidak akan disalahgunakan oleh pihak bank.

5.) Deskripsi Variabel Minat Nasabah (Y)

a.) Saya tertarik menggunakan *mobile banking* karena syaratnya mudah.

Tabel 4.31
Variabel Pernyataan Y.1

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.7	1.7	1.7
	TIDAK SETUJU	5	8.3	8.3	10.0
	KURANG SETUJU	22	36.7	36.7	46.7
	SETUJU	21	35.0	35.0	81.7
	SANGAT SETUJU	11	18.3	18.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan pertama, ada sebanyak 1 responden atau 1,7% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan skor 1, 5 responden atau 8,3% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 22 responden atau 36,7% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 21 responden atau 35% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 11 responden atau 18,3% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa mereka tertarik menggunakan *mobile banking* karena syaratnya mudah.

- b.) Saya senang menggunakan *mobile banking* karena dapat melakukan berbagai transaksi tanpa harus ke bank.

Tabel 4.32
Variabel Pernyataan Y.2

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	4	6.7	6.7	6.7

KURANG SETUJU	14	23.3	23.3	30.0
SETUJU	30	50.0	50.0	80.0
SANGAT SETUJU	12	20.0	20.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan kedua, ada sebanyak 4 responden atau 6,7% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 14 responden atau 23,3% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 30 responden atau 50% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 12 responden atau 20% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa mereka senang menggunakan *mobile banking* karena dapat melakukan transaksi tanpa harus ke bank.

c.) Banyak jenis transaksi yang dapat dilakukan menggunakan *mobile banking*.

Perpustakaan IAIN Mataram

Tabel 4.33
Variabel Pernyataan Y.3

Y.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TIDAK SETUJU	1	1.7	1.7	1.7
KURANG SETUJU	22	36.7	36.7	38.3
SETUJU	25	41.7	41.7	80.0
SANGAT SETUJU	12	20.0	20.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan ketiga, ada sebanyak 1 responden atau 1,7% yang menyatakan tidak

setuju dengan skor 2, 22 responden atau 36,7% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 25 responden atau 41,7% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 12 responden atau 20% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa mereka tahu banyak jenis transaksi yang dapat dilakukan melalui layanan *mobile banking*.

d.) Sekali menggunakan *mobile banking* akan timbul keinginan untuk terus menggunakannya.

Tabel 4.34
Variabel Pernyataan Y.4
Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.7	1.7	1.7
	KURANG SETUJU	4	6.7	6.7	8.3
	SETUJU	30	50.0	50.0	58.3
	SANGAT SETUJU	25	41.7	41.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui hasil tanggapan responden mengenai pernyataan keempat, ada sebanyak 1 responden atau 1,7% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 2, 4 responden atau 6,7% yang menyatakan kurang setuju dengan skor 3, 30 responden atau 50% yang menyatakan setuju dengan skor 4, dan sebanyak 25 responden atau 41,7% yang menyatakan sangat setuju dengan skor 5. Bahwa mereka sangat ingin melakukan transaksi melalui *mobile banking* berulang kali.

3. Deskripsi Hasil Penelitian

Berdasarkan metode analisis data yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, berikut akan dijelaskan hasil dari uji validitas dan uji reliabilitas dari instrumen-instrumen Faktor kemanfaatan (X1), Faktor kemudahan pengguna (X2), faktor kenyamanan (X3), faktor kepercayaan (X4) dan minat nasabah (Y). Pengujian uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16.0. Hasil uji validitas dan reliabilitas disajikan dalam tabel sebagai berikut:

a. Uji Instrumen

1.) Uji validitas

Uji Validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan Instrumen. Untuk pengambilan keputusan dapat dilihat jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya. Kriteria penilaian uji validitas yaitu apabila r hitung $> r$ tabel, maka item instrumen tersebut dinyatakan valid dan apabila r hitung $< r$ tabel maka instrumen dinyatakan item tidak valid.⁵⁰

⁵⁰Suharisimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta:Rineka Cipta, 2010), hlm. 221.

Tabel 4.35
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Soal	r hitung	r tabel	Taraf signifikan	Keterangan
Variabel Kemanfaatan (X1)	X1.1	0,549	0,2586	0,05	Valid
	X1.2	0,541	0,2586	0,05	Valid
	X1.3	0,734	0,2586	0,05	Valid
	X1.4	0,681	0,2586	0,05	Valid
	X1.5	0,648	0,2586	0,05	Valid
	X1.6	0,585	0,2586	0,05	Valid
Variabel Kemudahan Pengguna (X2)	X2.1	0,938	0,2586	0,05	Valid
	X2.2	0,893	0,2586	0,05	Valid
	X2.3	0,856	0,2586	0,05	Valid
	X2.4	0,912	0,2586	0,05	Valid
	X2.5	0,931	0,2586	0,05	Valid
	X2.6	0,864	0,2586	0,05	Valid
Variabel Kenyamanan (X3)	X3.1	0,759	0,2586	0,05	Valid
	X3.2	0,670	0,2586	0,05	Valid
	X3.3	0,787	0,2586	0,05	Valid
	X3.4	0,691	0,2586	0,05	Valid
	X3.5	0,719	0,2586	0,05	Valid
Variabel Kepercayaan (X4)	X4.1	0,504	0,2586	0,05	Valid
	X4.2	0,736	0,2586	0,05	Valid
	X4.3	0,545	0,2586	0,05	Valid
	X4.4	0,732	0,2586	0,05	Valid
	X4.5	0,666	0,2586	0,05	Valid
	X4.6	0,746	0,2586	0,05	Valid
Variabel Minat Nasabah (Y)	Y1.1	0,802	0,2586	0,05	Valid
	Y1.2	0,830	0,2586	0,05	Valid
	Y1.3	0,885	0,2586	0,05	Valid
	Y1.4	0,374	0,2586	0,05	Valid

Sumber: Data Primer, diolah output SPSS 2021

Berdasarkan tabel 4.35 di atas dapat diketahui bahwa nilai r_{hitung} untuk masing-masing item lebih besar dari r_{tabel} dan bernilai positif untuk 60 responden dengan alpha 0,05 didapat r_{tabel} sebesar 0,2586, maka dapat di simpulkan bahwa semua indikator dari ke empat variabel kemanfaatan (X1), kemudahan

pengguna (X2), kenyamanan (X3), kepercayaan (X4), dan minat nasabah (Y) adalah valid.

2.) Uji Reliabilitas

Uji Realibilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan sebuah instrumen. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya dan diandalkan secara konsisten memberikan hasil ukuran yang sama tentang sesuatu yang diukur pada waktu yang berlainan.⁵¹ Untuk menguji reliabilitas digunakan analisis *Alpha Cronbach*. Nilai batas yang digunakan untuk menilai tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah 0,60. Hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.36

Uji Reliabilitas X₁, X₂, X₃, X₄ dan Y

No	Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Ket
1	Faktor Kemanfaatan (X1)	0,687	Reliabel
2	Faktor Kemudahan Penggunaan (X2)	0,949	Reliabel
3	Faktor Kenyamanan (X3)	0,772	Reliabel
4	Faktor Kepercayaan (X4)	0,738	Reliabel
5	Minat Nasabah (Y)	0,715	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* dari masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,60. Dengan demikian setiap item pernyataan dalam

⁵¹*Ibid.*, hlm. 222.

penelitian adalah handal. Sehingga item pernyataan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

b. Uji Asumsi Klasik

1.) Uji Normalitas

Uji Normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang distandarisi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini menggunakan teknik *Kolmogrov-Smirnov*. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang berdistribusi secara normal.⁵² Dasar pengambilan keputusan uji normalitas ini yakni, jika nilai signifikansi $>0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal. Akan tetapi jika nilai Signifikansi $<0,05$, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan output SPSS uji normalitas, diperoleh hasil sebagai berikut:

Perpustakaan UIN Mataram

Tabel 4.37

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.17094728

⁵²Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistika Ekonomi & Bisnis Dengan SPSS*, (Ponorogo: CV. Wade Group, 2016), hlm. 174.

Most Extreme Differences	Absolute	.117
	Positive	.117
	Negative	-.084
Kolmogorov-Smirnov Z		.905
Asymp. Sig. (2-tailed)		.386
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Output SPSS 16.0, Data Diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.37 menunjukkan bahwa hasil uji *Kolmogrov-Smirnov* berdistribusi normal. Hal ini dibuktikan dengan *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 ($0,386 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan berdistribusi normal.

2.) Uji Multikolinearitas

Ujimultikolinearitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi yang ditemukan korelasi antar variabel independen. Cara mengetahui ada tidaknya penyimpangan uji multikolinearitas adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF masing-masing variabel independen, jika nilai tolelance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka data bebas dari gejala multikolinearitas.⁵³ Berdasarkan output SPSS uji multikolinearitas, diperoleh hasil sebagai berikut:

⁵³Singgih Santoso, *Perpaduan Lengkap SPSS Versi 23*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2013), hlm. 234.

Tabel 4.38
Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.552	2.852		2.297	.025		
	Kemanfaatan	.160	.082	.092	1.727	.000	.955	1.047
	Kemudahan	.187	.052	.210	1.677	.000	.971	1.030
	Kenyamanan	.184	.089	.294	2.075	.001	.755	1.324
	Kepercayaan	.089	.083	.103	1.710	.004	.724	1.381

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Output SPSS 16.0, Data Diolah 2021

Tabel 4.38 menunjukkan bahwa variabel bebas (independen) memiliki nilai VIF dibawah 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10. Hal ini berarti tidak terjadi atau bebas dari gejala multikolinearitas dari model regresi yang dibuat.

3.) Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah tidak adanya heterokedastisitas.⁵⁴ Nilai alpha yang digunakan adalah 5%. Dasar dari pengujian yang digunakan adalah jika nilai signifikan lebih besar dari 5% maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya jika nilai signifikan kurang dari 5% maka dapat dikatakann terjadi

⁵⁴Slamet Riyano & Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, teknik, Pendidikan dan Eksprimenan*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), hlm. 209.

heteroskedastisitas. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji *glejser*.

Tabel 4.39
Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.317	1.532		.859	.394
	Kemanfaatan	-.007	.044	-.020	-.153	.879
	Kemudahan	.066	.028	.304	2.383	.021
	Kenyamanan	-.058	.048	-.177	-1.226	.226
	Kepercayaan	.001	.044	.004	.025	.980

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Output SPSS 16.0, Data Diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.39 terlihat bahwa nilai p value variabel dependen lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

c. Uji Hipotesis

1.) Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium) apabila dua atau lebih variabel independen sebagai

faktor prediktor dimanipulasi atau nilainya dinaik-turunkan.⁵⁵

Berdasarkan output SPSS uji regresi linear berganda, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.40
Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.552	2.852		2.297	.025
	Kemanfaatan	.160	.082	.092	1.727	.000
	Kemudahan	.187	.052	.210	1.677	.000
	Kenyamanan	.184	.089	.294	2.075	.001
	Kepercayaan	.089	.083	.103	1.710	.004

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Output SPSS 16.0, Data Diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.40 diatas, maka diperoleh

persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 6,552 + 0,160X_1 + 0,187X_2 + 0,184X_3 + 0,089X_4 + e$$

Berdasarkan hasil regresi linear berganda diatas dapat diartikan sebagai berikut:

- a.) Konstanta (α) sebesar 6,552 menunjukkan bahwa bernilai positif.
- b.) Nilai koefisien untuk faktor kemanfaatan (X_1) diperoleh

⁵⁵Giovany et al, *Ragam Model Penelitian dan Pengelolannya dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2017), hlm. 72-77.

0,160 dengan tanda positif yang berarti apabila variabel faktor kemanfaatan meningkat sebesar satuan, maka minat nasabah akan meningkat sebesar 0,160 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.

c.) Nilai koefisien untuk faktor kemudahan penggunaan (X_2) diperoleh 0,187 dengan tanda positif yang berarti apabila variabel faktor kemudahan penggunaan meningkat sebesar satuan, maka minat nasabah akan meningkat sebesar 0,187 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.

d.) Nilai koefisien untuk faktor kenyamanan (X_3) diperoleh 0,184 dengan tanda positif yang berarti apabila variabel faktor kenyamanan meningkat sebesar satuan, maka minat nasabah akan meningkat sebesar 0,184 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.

e.) Nilai koefisien untuk faktor kepercayaan (X_4) diperoleh 0,089 dengan tanda positif yang berarti apabila variabel faktor kepercayaan meningkat sebesar satuan, maka minat nasabah akan meningkat sebesar 0,089 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.

2.) Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.⁵⁶ Nilai koefisien determinasi (R_2) adalah antara nol dan satu. Nilai R_2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjalankan variasi variabel dependen amat terbatas. Berdasarkan output SPSS uji koefisien determinasi, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.41
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.405 ^a	.564	.403	2.102

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemanfaatan, Kemudahan, Kenyamanan

Sumber: Output SPSS 16.0, Data Diolah 2021

Berdasarkan tabel R Square yang diperoleh sebesar 0,564 hal ini menunjukkan bahwa 56,4% minat nasabah dipengaruhi oleh Kemanfaatan, Kemudahan Pengguna, Kenyamanan, Kepercayaan. Sedangkan sisanya 43,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

⁵⁶Duwi Priyatno, *Analisis Korelasi, Regresi Dan Multivariate Dengan Spss*, (Yogyakarta : Gava Media, 2013), hlm. 56.

3.) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen.⁵⁷ Untuk mengetahui hasil dari uji F dapat dilihat dari tabel *inova* dari persamaan regresi, dengan menggunakan tingkat signifikan ($\alpha = 5\%$). Jika nilai signifikan sig. $F < 0,05$, maka hipotesis nol ditolak artinya variabel-variabel independen secara bersama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan output SPSS uji koefisien determinasi, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.42
Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	47.697	4	11.924	32.699	.000 ^a
	Residual	243.036	55	4.419		
	Total	290.733	59			

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemanfaatan, Kemudahan, Kenyamanan

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Output SPSS 16, data diolah 2021

Cara menentukan F_{tabel} adalah jumlah responden 60 jadi $(3-1 ; 60 - 4 - 1) = (2 ; 55)$ setelah itu dapat dilihat pada tabel F maka diperoleh nilai 3,16.

Berdasarkan tabel 4.42 hasil uji F diatas, diketahui bahwa nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ dengan nilai $32.699 > 3,16$ dan nilai

⁵⁷Jonathan Sarwono, *Statistik Multivariat Aplikasi Untuk Riset Skripsi....*, hlm. 92.

taraf signifikan $0,000^a < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji F H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya variabel faktor kemanfaatan (X_1), faktor kemudahan penggunaan (X_2) dan faktor kenyamanan (X_3) dan faktor kepercayaan (X_4) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

4.) Uji t

Uji t-Test digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel melihat signifikan pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.⁵⁸

Apabila nilai (Sig) lebih kecil dari 0,05 maka suatu variabel dikatakan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel lainnya. Adapun kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis sebagai berikut: Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Berdasarkan output SPSS uji t, diperoleh hasil sebagai berikut:

⁵⁸Ghozali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Update Pls Regresi*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013) hlm. 46.

Tabel 4.43
Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.552	2.852		2.297	.025
	Kemanfaatan	.160	.082	.092	1.727	.000
	Kemudahan	.187	.052	.210	1.677	.000
	Kenyamanan	.184	.089	.294	2.075	.001
	Kepercayaan	.089	.083	.103	1.710	.004

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Output SPSS 16.0, Data Diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.43 variabel faktor kemanfaatan (X1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,727 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,670 dan nilai sig. 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} 1,727 > t_{tabel} 1,670$ dan sig. $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan tabel 4.43 variabel faktor kemudahan penggunaan (X2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,677 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,670 dan nilai sig. 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} 1,677 > t_{tabel} 1,670$ dan sig. $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan tabel 4.43 variabel faktor kenyamanan (X3) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,075 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,670 dan nilai sig. 0,001. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa $t_{hitung} 2,075 > t_{tabel} 1,670$ dan $sig. 0,001 < 0,05$. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan minat nasabah. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan tabel 4.43 variabel faktor kepercayaan (X4) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,710 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,670 dan nilai $sig. 0,004$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} 1,710 > t_{tabel} 1,670$ dan $sig. 0,004 < 0,05$. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan minat nasabah. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

B. Pembahasan

Penelitian dilakukan untuk menguji apakah ada pengaruh faktor kemanfaatan, kemudahan penggunaan, kenyamanan dan kepercayaan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh faktor kemanfaatan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “Faktor kemanfaatan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*” Hal itu terbukti dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,160 yang memiliki arah positif dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,727 > 1,670$) dan $sig. 0,000 < 0,05$. Berdasarkan

hasil pengujian hipotesis pertama maka dapat ditulis persamaan regresi $Y = 6,552 + 0,160X_1$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kemanfaatan maka semakin meningkat minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejanggalik 1 yang beranggapan bahwa bertransaksi menggunakan *mobile banking* memberikan manfaat bagi dirinya, maka dia akan dengan hati bertransaksi menggunakan layanan tersebut yang secara langsung akan berpengaruh pula terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Sebaliknya, nasabah yang beranggapan bahwa bertransaksi dengan *mobile banking* tidak memberikan manfaat sama sekali bagi dirinya, maka otomatis dia tidak akan berminat menggunakan layanan tersebut.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Unnia Rochmawati, yang berjudul, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Sikap Nasabah Terhadap Penerimaan Penggunaan *E-Banking* Bagi Nasabah Bank BNI di Surabaya”⁵⁹. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa Persepsi manfaat berpengaruh tidak signifikan negatif terhadap penerimaan penggunaan *e-banking* bagi nasabah Bank BNI di Surabaya, dengan demikian meskipun manfaat yang dirasakan oleh nasabah Bank BNI di Surabaya dalam menggunakan layanan *e-banking*

⁵⁹Unnia Rochmawati, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Sikap Nasabah terhadap Penerimaan Penggunaan *E-Banking* Bagi Nasabah Bank BNI di Surabaya”. (Skripsi Fakultas Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PERBANAS Surabaya, 2016).

yang telah digunakan, hal ini tidak dapat meningkatkan penerimaan penggunaan *e-banking* kembali. Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap penerimaan penggunaan *e-banking* bagi nasabah Bank BNI di Surabaya, semakin besar kemudahan yang dirasakan maka semakin besar penerimaan penggunaan *e-banking* bagi nasabah. Sikap nasabah berpengaruh signifikan positif terhadap penerimaan penggunaan *e-banking* bagi nasabah Bank BNI di Surabaya, hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin baik sikap yang dirasakan nasabah maka akan meningkatkan penerimaan penggunaan *e-banking*.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh signifikan faktor kemanfaatan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Semakin tinggi faktor kemanfaatan seseorang, maka semakin tinggi minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking* karena seseorang (nasabah) berkeyakinan bahwa penggunaan *mobile banking* tersebut dapat memberikan pengaruh positif dan dapat meningkatkan kinerjanya.

2. Pengaruh faktor kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Faktor kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*” Hal itu terbukti dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,187 yang memiliki arah positif

dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,677 > 1,670$) dan $sig. 0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama maka dapat ditulis persamaan regresi $Y = 6,552 + 0,187X_2$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan maka semakin meningkat minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Technology Acceptance Model (TAM) adalah untuk memberikan penjelasan tentang penentuan penerimaan teknologi secara umum, memberikan penjelasan tentang perilaku atau sifat penggunaan dalam sebuah populasi.⁶⁰ Menurut David, persepsi kemudahan adalah suatu tingkat dimana seseorang percaya bahwa suatu sistem digunakan karena sistem tersebut mudah dipahami, mudah digunakan, sehingga tidak diperlukan usaha apapun.⁶¹ Jogiyanto mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.⁶²

Kaitannya dengan persepsi kemudahan, sikap seseorang terhadap penggunaan suatu teknologi bergantung pada pengaruh kemudahan penggunaannya terhadap individu sehingga ia percaya untuk menggunakan teknologi tersebut. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*.. Semakin sering sistem digunakan bahwa

⁶⁰Rian Maulana, dkk, "Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking* terhadap Minat Nasabah dalam Bertransaksi Menggunakan *Technology Acceptance Model*", *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, Vol. 2, Nomor 2, Oktober 2018, hlm. 148.

⁶¹Jurica Lucyanda, "Pengujian *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory Planned Behavior* (TPB)", *Jurnal Akuntansi*, Vol. 2, Nomor. 1, Agustus 2010, hlm. 4.

⁶²Jogiyanto, *Sistem informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta, CV. Andi, 2017), hlm. 115.

sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah untuk digunakan.

Hasil penelitian dan teori yang digunakan didukung penelitian yang dilakukan oleh Chatarina Oktaviani Wulandari yaitu pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan *internet banking*.⁶³ Hasil penelitian Chatarina Oktaviani Wulandari menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *internet banking*. Dengan demikian teori yang digunakan dalam penelitian.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh signifikan faktor kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Semakin tinggi faktor kemudahan seseorang, maka semakin tinggi minat bertransaksi menggunakan *mobile banking* karena seseorang (nasabah) berkeyakinan bahwa penggunaan *mobile banking* tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami dan digunakan.

3. Pengaruh faktor kenyamanan penggunaan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan hasil SPSS sebelumnya menunjukkan variabel faktor

⁶³Catharina Octaviani Wulandari, "Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Pengguna dan Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus pada Pelaku Usaha di Plaza Universitas Negeri Yogyakarta)", (Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017).

kenyamanan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,677 sedangkan nilai t_{tabel} 1,670 dan nilai sig. 0,001. Dapat disimpulkan bahwa t_{hitung} 1,677 lebih besar dari t_{tabel} 1,670 maka H_0 ditolak dan sig. 0,001 lebih kecil dari 0,05 H_a diterima. Maka secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara faktor kenyamanan dengan minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

Penelitian yang mendukung adalah penelitian yang dilakukan oleh Sherly Rakhmawati yang berjudul (pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan sistem internet banking pada nasabah bank muamalat cabang pembantu madiun) menunjukkan bahwa variabel persepsi kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan internet banking, hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikan untuk persepsi kenyamanan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha sebesar 0,05. Sehingga persepsi kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan internet banking.⁶⁴

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Riska Valentine Ulaan, Sifrid S Pangemanan dan Linda Lambey yang berjudul “*the effect of perceived enjoyment on intention to shop online* (pengaruh kesenangan yang dirasakan terhadap niat untuk berbelanja online)”.

⁶⁴Sherly Rakhmawati, “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan Sistem *Internet Banking* pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Mandiun”, *jurnal akuntansi dan pendidikan PGRI madiun*, Vol 2 No. 2, (2 oktober 2013), hlm.81.

Hasilnya menunjukkan bahwa:

*“Perceived enjoyment can be defined as the level of satisfaction that consumers feel during online purchase on a particular website, in terms of the ability to bring them happiness, while excluding the performance that they will experience. The more enjoyable the online shopping process at a particular website, the more likely consumers will purchase on that website (Carr, et al 2001). According to the data, the students of Faculty of Economic and Business Sam Ratulangi University Manado think that Perceived Enjoyment is one of the factor that influence their intention to shop online”.*⁶⁵

Perceived Enjoyment memiliki pengaruh terhadap *Intention to Shop Online*. Kenikmatan yang dirasakan dapat didefinisikan sebagai tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen selama pembelian *online* pada situs web tertentu, dalam hal kemampuan untuk membawa mereka kebahagiaan, sementara tidak termasuk kinerja yang mereka akan berpengalaman. Semakin menyenangkan proses belanja *online* di situs web tertentu, semakin besar kemungkinannya konsumen akan membeli disitus web itu.⁶⁶ Menurut data, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado berpikir bahwa *Perceived Enjoyment* adalah salah satu faktor yang mempengaruhi niat mereka untuk berbelanja *online*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Firda Rohman Amelia yang berjudul “pengaruh kemudahan, manfaat, kenyamanan dan kepercayaan nasabah

⁶⁵Riska Valentine Ulaan, Sifrid S Pangemanan dan Linda Lambey, “The Effect of Perceived Enjoyment on Intention to Shop Online”, *Jurnal EMBA International Business Administration Program Sam Ratulangi Universit Manado*, vol 4 No. 1, (maret 2016), hlm. 1144.

⁶⁶Car, C. L., S, Carson., T. L. Childers., & J. Peck. 2001. “Helonic and Utilitarian Motivations for Online Retail Shopping Behavior” , *Jurnal of Retailing*, Vol 77, February 16th 2016, Pp 551.

terhadap adopsi *internet banking* pada bank BNI Syariah di Surabaya” menunjukkan bahwa kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap adopsi *internet banking* pada bank BNI di Surabaya. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat kenyamanan penggunaan *internet banking*, maka semakin tinggi pula adopsi *internet banking*.⁶⁷

Teori yang dipaparkan oleh Davis dalam Gusti dan Kadek *perceived enjoyment* (persepsi kenyamanan) merupakan sejauh mana individu percaya bahwa aktivitas menggunakan sistem dianggap menyenangkan dalam dirinya sendiri dan penggunaan sistem merupakan bagian dari konsekuensi kinerja yang disebabkan dari penggunaan sistem.⁶⁸ Jika menggunakan suatu sistem terasa menyenangkan maka para pemakai akan termotivasi atau memiliki motivasi intrinsik untuk menggunakannya adanya asumsi *perceived enjoyment* (persepsi kenyamanan) akan membawa pengaruh positif terhadap implementasi sistem. Seorang nasabah akan menggunakan sistem yang baru jika ia merasa nyaman dengan sistem tersebut.⁶⁹

Menurut Heijden dalam Mia menyatakan bahwa, “kenikmatan yang dirasakan mengacu pada persepsi konsumen terhadap kesenangan dan kesenangan berasal dari menggunakan sistem”. Sedangkan Moon

⁶⁷Firda Rohman Amelia, “Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Kenyamanan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Adopsi *Internet Banking* pada Bank BNI Syariah di Surabaya”, (*Artikel ilmiah—STIE Perbanas Surabaya*), hlm. 15.

⁶⁸Gusti Putu Lestara Permana dan Kadek Wulandari Laksmi, “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Pengguna, Persepsi Kenyamanan terhadap Pengguna Transportasi Berbasis *Online* pada Generasi *Millennial* (Studi Kasus di Kota Denpasar)” , *Jurnal Widya Akuntansi dan Keuangan*, Agustus 2019 hlm. 69.

⁶⁹Rini Widianingsih Et El, “Implementasi Brinets terhadap Kinerja Pegawai dengan *Perceived Enjoyment* dan *Computer Playfulness* sebagai Variabel Moderating”, *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, No. 1, Vol 15 (Purwokerto, 1 April, 20017), hlm. 3.

dan Kim dan Heijden dalam Mia melihat kenikmatan yang dirasakan sebagai sumber motivasi intrinsik, mengacu pada kinerja suatu kegiatan tanpa alasan yang jelas selain proses kinerja itu sendiri.⁷⁰ Hasil penelitian yang telah dilakukan sudah sesuai dengan teori yang digunakan.

Indikator dalam faktor kenyamanan terdapat 3 poin yang sesuai dengan teori Davis diantaranya *Happines, Joy, dan Fun*. Hal tersebut sudah dibahas pada bab sebelumnya. Hasil secara umum penelitian yang telah dilakukan pada nasabah BSI Kantor Cabang Mataram Pejanggik I menunjukkan perasaan nyaman bertransaksi menggunakan layanan *mobile banking*, dengan perasaan nyaman tersebut, nasabah akan bertransaksi menggunakan layanan *mobile banking* dengan konsisten.

Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Mataram Penjanggik 1 merasakan bahwa mereka sangat nyaman dengan bertransaksi menggunakan *mobile banking* yang sudah disediakan oleh perbankan syariah. Sebuah hal yang menimbulkan kenyamanan adalah responden merasakan adanya manfaat dan kemudahan dalam menggunakan layanan *mobile banking* sehingga menimbulkan sebuah kenyamanan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh signifikan faktor kenyamanan terhadap minat nasabah bertransaksi

⁷⁰Mia Ulfatun Nadlifah, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Sistem dan Persepsi Kenyamanan terhadap Sikap Positif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UINSA Angkatan 2014-2016 dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah", (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018), hlm. 26.

menggunakan *mobile banking*. Semakin tinggi faktor kenyamanan seseorang, maka semakin tinggi minat bertransaksi menggunakan *mobile banking* karena seseorang (nasabah) berkeyakinan bahwa penggunaan *mobile banking* tersebut dapat memberikan kenyamanan bagi penggunanya.

4. Pengaruh faktor kepercayaan penggunaan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis keempat yang menyatakan bahwa “faktor kepercayaan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*” Hal itu terbukti dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,089 yang memiliki arah positif dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,710 > 1,670$) dan sig. $0,004 < 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama maka dapat ditulis persamaan regresi $Y = 6,552 + 0,089X_4$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan maka semakin meningkat minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil regresi menunjukkan bahwa ada pengaruh secara positif dan signifikan antara faktor kepercayaan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*, artinya semakin tinggi tingkat kepercayaan maka minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking* semakin meningkat pula. Hasil ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Hidayanti dan Tjini dalam Priestiani yang menyatakan

bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.⁷¹

Theory of planned behavior (TPB) menjelaskan bahwa individu atau kelompok dalam melakukan suatu tindakan dipengaruhi karena adanya niat. Apabila dikaitkan dengan persepsi kepercayaan, maka minat dalam melakukan tindakan penggunaan *mobile banking* dipengaruhi oleh niat. Niat salah satunya dipengaruhi oleh faktor *normatif belief* dimana keyakinan tentang harapan normatif orang lain yang menjadi rujukannya seperti pengaruh orang yang dia percaya terhadap terpercayanya *mobile banking* akan meningkatkan kepercayaannya menggunakan teknologi tersebut untuk meningkatkan kinerjanya.

Technology acceptance model (TAM) membahas tentang minat perilaku individu untuk mengadopsi bagian tertentu dari suatu teknologi ditentukan oleh sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut. Kaitannya dengan persepsi kepercayaan, sikap seseorang terhadap penggunaan suatu teknologi bergantung pada tingkat kepercayaan teknologi itu terhadap individu sehingga ia percaya untuk menggunakan teknologi tersebut.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh signifikan persepsi faktor kepercayaan terhadap minat nasabah

⁷¹Priestiani Putri Rahayu, "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta), (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2019) , hlm. 26.

bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Semakin tinggi kepercayaan seseorang, maka semakin tinggi minat bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

5. Pengaruh faktor kemanfaatan, kemudahan penggunaan, kenyamanan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis kelima yang menyatakan bahwa “faktor kemanfaatan, kemudahan penggunaan, kenyamanan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*” Hal itu terbukti berdasarkan uji F yang telah dilakukan, diketahui bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dengan nilai $32.699 > 3,16$ dan nilai taraf signifikan $0,000^a < 0,05$. Artinya Variabel faktor kemanfaatan (X_1), faktor kemudahan penggunaan (X_2), faktor kenyamanan (X_3) dan faktor kepercayaan (X_4) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian dan teori yang digunakan didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Muamar Azizi yang berjudul “Pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan dan risiko terhadap kepuasan nasabah menggunakan *e-banking* pada PT. Bank BNI Syariah KC Yogyakarta” menuntukan bahwa persepsi kemudahan, kepercayaan dan risiko secara

bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah menggunakan *e-banking* pada PT. Bank BNI Syariah KC Yogyakarta.⁷²

Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh faktor kemanfaatan, kemudahan penggunaan, kenyamanan dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*.



Perpustakaan UIN Mataram

⁷²Muamar Azizi, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan *E-Banking* pada PT Bank BNI Syariah KC Yogyakarta”, (Skripsi Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, 2016).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan faktor kemanfaatan terhadap minat nasabah bertransaksi dengan *mobile banking*. Terbukti dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,160 yang memiliki arah positif dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,727 > 1,670$) dan sig. $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama maka dapat ditulis persamaan regresi $Y = 6,552 + 0,160X_1$. Hal ini berarti semakin baik faktor kemanfaatan nasabah pada *mobile banking*, maka minat nasabah bertransaksi dengan menggunakan *mobile banking* juga akan semakin meningkat.
2. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan faktor kemudahan pengguna terhadap minat nasabah bertransaksi dengan *mobile banking*. Terbukti dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,187 yang memiliki arah positif dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,677 > 1,670$) dan sig. $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama maka dapat ditulis persamaan regresi $Y = 6,552 + 0,187X_2$. Hal ini berarti semakin baik faktor kemudahan pengguna nasabah pada *mobile banking*, maka minat nasabah bertransaksi dengan menggunakan *mobile banking* juga akan semakin meningkat.
3. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan faktor kenyamanan

terhadap minat nasabah bertransaksi dengan *mobile banking*. Berdasarkan hasil SPSS sebelumnya menunjukkan variabel faktor kenyamanan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,677 sedangkan nilai t_{tabel} 1,670 dan nilai sig. 0,001. Hal ini berarti semakin baik faktor kenyamanan nasabah pada *mobile banking*, maka minat nasabah bertransaksi dengan menggunakan *mobile banking* juga akan semakin meningkat.

4. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan faktor kepercayaan terhadap minat nasabah bertransaksi dengan *mobile banking*. terbukti dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,089 yang memiliki arah positif dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,710 > 1,670$) dan sig. $0,004 < 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama maka dapat ditulis persamaan regresi $Y = 6,552 + 0,089X_4$. Hal ini berarti semakin baik faktor kepercayaan nasabah pada *mobile banking*, maka minat nasabah bertransaksi dengan menggunakan *mobile banking* juga akan semakin meningkat.
5. Terdapat pengaruh faktor kemanfaatan, kemudahan pengguna, kenyamanan dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap minat nasabah bertransaksi dengan *mobile banking*. Terbukti berdasarkan uji F yang telah dilakukan, diketahui bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dengan nilai $32,699 > 3,16$ dan nilai taraf signifikan $0,000^a < 0,05$.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka ada beberapa saran yang direkomendasikan, yaitu kepada :

1. Pihak Lembaga Perbankan

Meningkatkan teknologi yang digunakan pada perangkat *mobile banking* yang digunakan, sehingga ada manfaat nyata yang dirasakan oleh nasabah. Mampu memberikan jaminan bahwa data-data pribadi nasabah tidak akan digunakan oleh pihak ketiga dan pegawai bank dapat melakukan komunikasi yang baik dengan semua nasabah.

2. Bagi Peneliti lainnya

Sebaiknya melakukan penelitian yang sama, dengan menyempurnakan model penelitian, misalnya dengan menambah variabel-variabel yang mempengaruhi minat bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikolog Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004).
- Ahmad dan Bambang Setiyo Pambudi, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi pada Program Layanan *Internet Banking BRI*)”, *Jurnal Manajemen*, Volume 8, Nomor 1, April 2014.
- Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*. (Surabaya: Usaha nasional, 1982).
- Andreana Yulia Purnomo, “Analisis Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Pelanggan Studi pada Bank X area Semarang”, (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2017).
- Anik Malikhah dan Junaidi, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intense Menggunakan *Internet Banking* Berbasis *Technologi Acceptance Model (TAM)*”, Volume 08, Nomer 05, Februari 2019.
- Bastian Amanullah, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Pengguna, Kepercayaan terhadap Sikap Positif Pengguna Layanan *Mobile Banking*”, (Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro, 2014).
- Car, C. L., S, Carson., T. L. Childers., & J. Peck. 2001. “Helonic and Utilitarian Motivations for Online Retail Shopping Behavior” , *Jurnal of Retailing*, Vol 77, February 16th 2016.
- Catharina Octaviani Wulandari, “Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Pengguna dan Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus pada Pelaku Usaha di Plaza Universitas Negeri Yogyakarta)”, (Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017).
- Dian Lusia Nofitasari, “Analisis Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Risiko terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah di Surakarta: Studi pada Mahasiswa IAIN Surakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Surakarta).
- Dikutip dari BankIndonesia.id, “Berdirinya Bank Syariah Indonesia”, [Http://indonesiabaik.id/infografis/berdirinya-bank-syariah-indonesia](http://indonesiabaik.id/infografis/berdirinya-bank-syariah-indonesia), diakses tanggal 25 April , pukul 14.30.
- Dikutip dari BSI Bank Syariah Indonesia, “Layanan Informasi”, <https://www.bankbsi.co.id/>, diakses tanggal 1 Juli 2021.
- Dikutip dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan) https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Documents/UU_No_21_Tahun_2008_Perbankan_Syariah.pdf, di ambil pada 5 Januari 2021.
- Dilihat dari aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI).

- Dokumen, Arsif Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pejanggal 1, dikutip tanggal 1 juli 2021.
- Duwi Priyatno, *Analisis Korelasi, Regresi Dan Multivariate Dengan Spss*, (Yogyakarta : Gava Media, 2013).
- Dwi Mastia Harlan, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Banking*”, (Skripsi Akutansi Yogyakarta, 2014).
- Dwitya Pratiwi Wulandari, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan *Mobile Banking* pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2018).
- Elizabeth B. Hurlock, *Child Development*. Alih bahasa Meitasari Tjandrasa, Anak, Ed. 6, (Jakarta: Erlangga, t. t, 2000).
- Fauzan Adzima dan Maya Ariyanti, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* pada Nasabah Bank BRI Purwakarta”, *Jurnal e-Proceeding of Management*, Volume 5, Nomer 2, Agustus 2018.
- Firda Rohman Amelia, “Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Kenyamanan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Adopsi *Internet Banking* pada Bank BNI Syariah di Surabaya”, (*Artikel ilmiah—STIE Perbanas surabaya*).
- Ghozali Imam, *Analisis Multivariate SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro).
- , *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Update Pls Regresi*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013).
- Giga Bawa Laksmana, Endang Siti Astuti, Rizki Yudhi Dewantara, “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Pengguna, Persepsi Risiko dan Persepsi Kesesuaian terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Studi pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang Jawa Tengah”. *Jurnal Administras Bisnis (JAB)*, Volume 26, Nomer 2 September 2015.
- Giovany et al, *Ragam Model Penelitian dan Pengelolahannya dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2017).
- Gusti Putu Lestara Permana dan Kadek Wulandari Laksmi, “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Pengguna, Persepsi Kenyamanan terhadap Pengguna Transportasi Berbasis *Online* pada Generasi *Millennial* (Studi Kasus di Kota Denpasar)” , *Jurnal Widya Akuntansi dan Keuangan*, Agustus 2019.
- Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016).
- Imam Sugih Rahayu, “Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)* Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta”, *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Volume V, Nomer 2, Desember 2015.

- Iskandarwasid & Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: Rosada), Cet. Ke-3, 2011.
- Jogiyanto, *Sistem informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta, CV. Andi, 2017).
- Jonathan Sarwono, *Statistik Multivariat Aplikasi Untuk Riset Skripsi.....*,
- Junai Al Fian, “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 5, Nomer 6, 2016.
- Jurica Lucyanda, “Pengujian Teknologi Acceptance Model (TAM) dan Theory Planned Behavior (TPB)”, *Jurnal Akuntansi*, Vol. 2, Nomor. 1, Agustus 2010.
- Lexi J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: PT. Reamaja Rosada Karya, 2007).
- Mario Ledesman, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*”. (Skripsi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).
- Mia Ulfatun Nadlifah, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Sistem dan Persepsi Kenyamanan terhadap Sikap Positif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UINSA Angkatan 2014-2016 dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018).
- Muamar Azizi, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan *E-Banking* pada PT Bank BNI Syariah KC Yogyakarta”, (Skripsi Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, 2016).
- Muhammad Ryzki Wiryawan dan Cici Amalia Hidayati Sulaiman, “Analisis SWOT pada Layanan Jasa *Mobile Banking* di PT Bank Panin Dubai Syariah”, *Jurnal Sains Manajemen & Akutansi (JSMA)*, Volume 12, Nomer 2, November 2020.
- Muhammad, “*Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif (Dilengkapi Dengan Contoh-Contoh Aplikasi: Proposal Penelitian dan Lapangan)*, (Depok: Rajawali Press, 2008).
- Muhmudatus Sa’diyah dan Nur Aziroh, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna *Mobile Banking* di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus”, *Jurnal Stain Kudus*, Volume 1, Nomer 1, Juni 2013.
- Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Gde Kt. Warmika, “Peran Persepsi Kemudahan Pengguna, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko terhadap Niat Menggunakan *Mobile Commerce* di Kota Denpasar”, *Jurnal Manajemen Unud*, Volume 5, Nomer 4, 2016.
- Observasi awal (wawancara) dengan Mba Dania di Bank Syariah Indoneisa (BSI) Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 pada tangga 14 Januari 2021.

- Pratama Adi, Fadli Moh. Saleh, Femilia Zahra, Nadhira Afdhalia, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat dalam Menggunakan *Mobile Banking*", *Jurnal Akutansi Netral, Akuntabel, Objektif*, Volume 2, Nomer 1, 2019.
- Priestiani Putri Rahayu, "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta)", (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2019).
- Putri Nur Cahyani, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Good Corporate Governance (GCG)* dan Karakteristik Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan", (Skripsi, IAIN Surakarta, Surakarta).
- Reza Ramadhan, "Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* di Bank Syariah Mandiri Surabaya". (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Airlangga, Surabaya, 2016).
- Rian Maulana, dkk, "Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking* terhadap Minat Nasabah dalam Bertransaksi Menggunakan *Technology Acceptance Model*", *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, Vol. 2, Nomor 2, Oktober 2018.
- Rini Widianingsih Et El, "Implementasi *Brinets* terhadap Kinerja Pegawai dengan *Perceived Enjoyment* dan *Computer Playfulness* sebagai Variabel Moderating", *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, No. 1, Vol 15 (Purwokerto, 1 April, 20017).
- Riska Valentine Ulaan, Sifrid S Pangemanan dan Linda Lambey, "The Effect of *Perceived Enjoyment* on *Intention to Shop Online*", *Jurnal EMBA International Business Administration Program Sam Ratulangi Universit Manado*, vol 4 No. 1, (maret 2016).
- Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistika Ekonomi &Bisnis Dengan SPSS*, (Ponorogo: CV. Wade Group, 2016).
- Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).
- Sherly Rakhmawati, "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan Sistem *Internet Banking* pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Mandiun", *jurnal akuntansi dan pendidikan PGRI madiun*, Vol 2 No. 2, (2 oktober 2013).
- Singgih Santoso, *Perpaduan Lengkap SPSS Versi 23*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2013).
- Siti Nur Mubarakah, "Minat Menggunakan *Mobile Banking* pada Perbankan Milik Negara", *Jurnal Proceedings 6th NCAB (National Conference on Applied Business)*.
- Slamet Riyano & Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, teknik, Pendidikan dan Eksprimenan*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020).

- Sruyani Hendriadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&B Cetakan Ke-15* (Bandung: Alfabeta, 2014).
- , *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2014).
- , *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabet, 2014).
- Suharisimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta:Rineka Cipta, 2010).
- Suharydi, *Statistic Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011).
- Suliyanto, *Ekonometrika Terapan Teori & Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi publisher, 2011).
- Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014).
- Tunnisa, Nurasyifa, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Dosen UIN Ar-Raniry Menggunakan Fasilitas *E-Banking* Syariah”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019).
- Unnia Rochmawati, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Sikap Nasabah terhadap Penerimaan Penggunaan *E-Banking* Bagi Nasabah Bank BNI di Surabaya”. (Skripsi Fakultas Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PERBANAS Surabaya, 2016).
- Vina Pandu Winata, Sabri dan Sandra Dewi, “Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi dan Keamanan terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan BSM *Mobile Banking* Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh”, *Journal of Economic Studies*, Volume. 2, Nomer 2, Juli-Desember 2018.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER

Identitas Responden

Mohon Identitas Bapak/Ibu/Sdr/I diisi dengan benar dan memberi tanda *check list* (√) pada data, sebagai berikut:

Nama :

Alamat :

Jenis kelamin :

- Laki laki
- Perempuan

Usia :

- 17-20 Tahun
- 21-25 Tahun
- 26-30 Tahun
- 31-35 Tahun
- 36-40 Tahun
- 41-45 Tahun

Lama menjani nasabah:

- < 1 Tahun
- 1 Tahun s.d 2 Tahun
- 3 Tahun s.d 4 Tahun
- >5 Tahun

Pekerjaan:

- PNS/TNI/POLRI
- Pelajar/Mahasiswa



- Pegawai swasta
- Wiraswata
- Pedagang
- Ibu rumah tangga
- Buruh/Tani
- Lainnya

Pendidikan terakhir:

- SD
- SMP
- SMA
- Diploma (D1, D2, D3)
- Sarjana (S1, S2, S3)

Pendapatan perbulan:

- < Rp. 500.000,00
- Rp. 500.000,00 s.d Rp. 1.000.000,00
- Rp. 1.000.000,00 s.d Rp. 3.000.000,00
- Rp. 3.000.000,00 s.d Rp. 5.000.000,00
- > Rp. 5.000.000

Perangkat yang digunakan

- Hadphone
- Leptop
- Tab
- Komputer

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Petunjuk pengisian kuesioner Bapak/Ibu diminta untuk menjawab pertanyaan dibawah ini, kemudian dimohonkan menjawab pertanyaan tersebut dengan memberikan tanda *check list* () satu dari lima alternatif jawaban yang terdapat dalam pernyataan tersebut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju



Perpustakaan UIN Mataram

Daftar Pernyataan

Persepsi Kemanfaatan (X1)

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Dengan menggunakan <i>mobile banking</i> sangat bermanfaat bagi nasabah dalam bertransaksi tanpa harus ke bank					
2.	Dengan manfaat <i>mobile banking</i> menjadikan pekerjaan lebih mudah karena tidak membuang-membuang waktu dan pekerjaan akan lebih mudah					
3.	<i>Mobile banking</i> bermanfaat bertransaksi kemana saja dan tanpa batas					
4.	Mempercepat waktu transaksi					
5.	Disaat mendesak nasabah tinggal membuka aplikasi <i>mobile banking</i> untuk melakukan pembayaran apa saja					
6.	Transaksi menggunakan <i>mobile banking</i> menjadikan pekerjaan lebih mudah					

Persepsi Kemudahan Pengguna (X2)

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Dengan menggunakan <i>mobile banking</i> dapat menghemat waktu nasabah dalam bertransaksi sehari-hari					
2.	<i>Mobile banking</i> sangat mudah untuk dioperasikan karena saya merasa mampu menggunakan <i>mobile banking</i> untuk bertransaksi					
3.	Transaksi <i>mobile banking</i> dapat dilakukan kapan saja tanpa batas waktu					
4.	Saya menggunakan <i>mobile banking</i> karena menu di aplikasi <i>mobile banking</i> mudah untuk dipelajari dan mudah untuk dimengerti					
5.	Aplikasi di <i>mobile banking</i> mudah di gunakan sehingga saya lebih trampil saat menggunakannya					

6.	<i>Mobile banking</i> memproses setiap transaksi dngan cepat, kapanpun dan dimanapun (kecepatan diluar kondisi sinyal dan jaringan provider)					
----	--	--	--	--	--	--

Faktor Kenyamanan (X3)

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i> saya merasa nyaman karena prosesnya cepat dan tidak perlu mengantri					
2.	Saya merasa nyaman melakukan transaksi melalui <i>mobile banking</i> karena kebutuhan mendesak dapat teratasi dan dapat dilakukan dimana saja					
3.	<i>Mobile banking</i> mudah di akses dan pengoprasiannya sangat simpel					
4.	Menggunakan <i>mobile banking</i> dapat menghemat waktu penggunaannya					
5.	Layanan <i>mobile banking</i> jelas dan dapat dimengerti					

Faktor Kepercayaan (X4)

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya tidak merasa tidak takut dan khawatir bertransaksi melalui <i>mobile banking</i> karena keakuratan proses dan data terjaminkeamanan serta kerahasiaannya					
2.	Transaksi yang dilakukan melalui <i>mobile</i>					

	<i>banking</i> aman dan dapat dipercaya karena terjamin kerahasiaannya					
3.	Saya merasa <i>mobile banking</i> telah dilengkapi dengan sistem keamanan yang handal					
4.	Pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan saya bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i>					
5.	Saya percaya <i>mobile banking</i> aman digunakan untuk bertransaksi					
6.	Saya percaya semua data yang diproses melalui <i>mobile banking</i> tidak akan di salah gunakan oleh pihak bank					

Minat Nasabah (Y)

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya tertarik menggunakan <i>mobile banking</i> karena syaratnya mudah					
2.	Saya senang menggunakan <i>mobile banking</i> karena dapat melakukan transaksi tanpa harus ke bank					
3.	Banyaknya jenis transaksi yang dapat dilakukan menggunakan <i>mobile banking</i>					
4.	<i>Mobile banking</i> dapat memenuhi tuntutan profesi nasabah					

Lampiran 2. Data Tabulasi

Kemanfaatan						Total X1
1	2	3	4	5	6	
3	4	4	2	2	4	19
5	2	3	5	4	4	23
5	5	5	4	4	5	28
4	3	5	5	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	2	4	4	22
5	5	4	5	4	5	28
5	5	5	4	4	4	27
4	2	4	4	3	4	21
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	1	5	5	26
5	5	5	5	5	1	26
5	4	5	5	4	5	28
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	4	4	26
5	5	2	1	1	5	19
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	2	3	3	20
5	4	2	2	4	4	21
4	4	5	5	5	5	28
3	3	5	5	4	4	24
3	4	4	5	4	4	24
2	3	3	3	4	4	19
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	3	3	2	20
4	4	4	4	4	5	25
5	3	3	3	4	4	22
5	5	5	5	5	5	30
5	2	3	3	3	4	20
5	3	5	4	5	3	25
4	4	3	4	4	5	24
2	5	4	2	5	4	22
2	4	5	4	4	3	22

4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	3	3	20
4	3	3	5	5	3	23
5	4	5	5	4	5	28
5	4	4	4	4	5	26
4	4	3	3	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	5	4	26
5	4	4	5	4	4	26
4	4	5	5	4	5	27
4	4	5	5	4	5	27
3	5	5	4	4	5	26
4	5	4	5	5	5	28
5	4	5	5	5	5	29
5	4	5	4	2	5	25
2	4	5	4	2	4	21
3	4	3	3	5	5	23
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24
2	3	1	4	4	3	17

Kemudahan Pengguna						Total X2
1	2	3	4	5	6	
3	3	3	3	3	2	17
4	4	2	3	4	2	19
3	3	3	3	4	4	20
3	3	2	3	2	2	15
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	3	3	3	18
3	4	3	4	3	2	19
3	3	3	4	4	3	20
3	3	3	3	3	2	17
4	4	3	3	3	3	20
4	4	4	2	4	4	22
4	4	2	3	4	4	21
3	3	2	1	1	4	14

3	3	4	3	3	2	18
4	4	2	3	3	3	19
3	3	3	2	2	2	15
3	3	3	2	2	2	15
3	2	3	2	2	2	14
2	2	3	2	2	2	13
3	2	4	2	2	2	15
3	4	3	3	3	2	18
3	3	4	3	2	2	17
2	2	2	2	2	2	12
3	3	2	3	2	3	16
3	3	2	3	3	3	17
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	2	17
4	4	3	4	4	4	23
3	3	3	3	2	2	16
3	3	2	3	3	2	16
5	4	5	5	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	3	28
5	4	5	4	5	3	26
4	4	4	5	4	5	26
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	4	4	27
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	4	4	27
5	4	4	4	5	5	27
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	5	5	29
5	4	4	4	4	4	25
5	4	5	4	4	4	26
5	4	5	4	4	4	26

5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	4	5	27

Kenyamanan					Total X3
1	2	3	4	5	
3	3	4	4	4	18
3	3	3	4	3	16
3	4	4	4	3	18
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	3	18
3	3	3	4	4	17
3	3	4	3	3	16
3	4	3	4	3	17
4	3	4	5	4	20
4	3	4	2	2	15
1	4	3	4	2	14
5	5	4	4	4	22
1	3	3	4	4	15
3	3	3	3	3	15
4	5	3	3	3	18
5	3	3	5	5	21
3	3	4	4	3	17
4	2	4	4	2	16
3	3	4	3	3	16
2	4	3	4	3	16
2	3	5	5	5	20
3	4	4	4	3	18
4	4	4	2	4	18
2	5	4	2	3	16
3	4	4	4	3	18
3	3	4	3	4	17

3	2	3	3	4	15
2	1	1	3	4	11
3	4	3	4	3	17
4	4	4	2	2	16
2	3	2	3	3	13
3	4	2	3	4	16
3	1	2	4	1	11
3	3	3	4	3	16
2	3	2	2	1	10
4	3	3	3	3	16
3	4	3	3	3	16
4	2	2	2	4	14
3	3	3	2	3	14
4	3	4	1	3	15
3	3	3	4	4	17
4	3	2	2	4	15
1	2	1	3	1	8
5	2	3	3	5	18
2	4	2	3	1	12
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	4	16
3	3	3	3	3	15
2	2	2	2	3	11
5	4	4	5	4	22
5	5	4	5	4	23
5	5	4	5	4	23
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	4	22
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	5	23

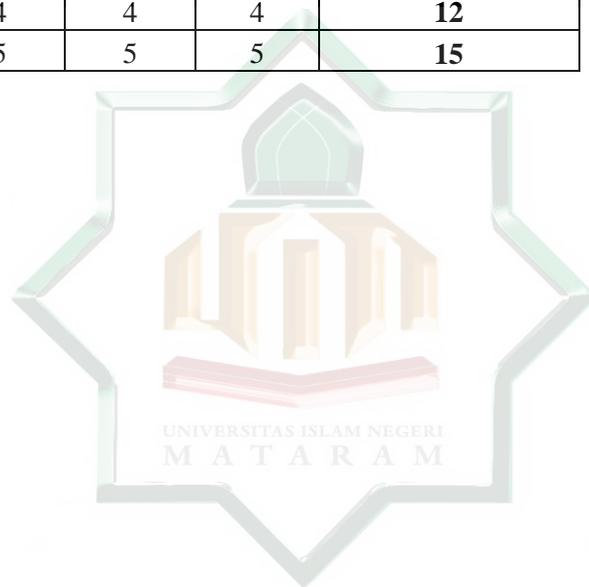
Kepercayaan						Total X4
1	2	3	4	5	6	
4	4	4	3	3	4	22
3	3	3	4	4	3	20
3	4	4	5	4	4	24
4	3	3	4	2	4	20
3	4	4	4	4	4	23
3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	3	4	4	23
5	5	5	1	1	1	18
4	4	4	5	5	4	26
4	4	2	1	1	2	14
2	3	4	1	4	3	17
4	4	3	1	3	4	19
4	2	1	3	3	3	16
3	3	3	3	3	3	18
4	5	4	5	5	5	28
3	4	2	4	3	3	19
3	3	3	3	3	4	19
5	1	3	3	4	4	20
4	4	4	4	4	4	24
3	2	2	4	3	4	18
3	3	4	4	3	4	21
4	4	4	4	3	4	23
5	5	4	4	4	4	26
2	1	4	3	3	4	17
3	1	5	1	3	3	16
2	1	4	1	3	4	15
3	3	3	3	2	3	17
4	4	4	2	2	2	18
2	2	2	1	2	1	10
3	3	4	4	3	4	21
3	3	2	2	3	3	16
2	3	2	4	4	4	19
1	3	3	3	4	3	17
3	3	4	2	3	3	18
3	1	2	2	4	2	14
3	4	4	4	4	4	23
3	2	2	5	3	3	18

3	1	4	1	2	1	12
2	1	2	2	3	2	12
4	4	3	3	3	3	20
3	3	4	3	3	4	20
3	1	2	4	2	3	15
3	3	3	2	1	3	15
2	4	2	4	3	2	17
3	1	3	1	1	2	11
3	1	1	3	3	3	14
4	2	3	2	4	1	16
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
2	3	3	3	3	2	16
3	4	3	4	3	4	21
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	3	23
3	3	3	3	3	4	19
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18

MINAT NASABAH				Total Y
1	2	3	4	
3	4	4	4	12
4	5	5	4	14
4	4	3	5	12
3	4	4	4	12
3	3	3	5	11
3	3	3	5	11
4	4	3	5	12
4	4	4	4	12
4	4	4	5	13
4	4	4	4	12
3	4	4	3	11

5	2	4	4	10
3	3	3	4	10
3	3	3	4	10
5	5	5	4	14
5	5	5	4	14
3	4	4	4	12
5	4	4	5	13
3	4	4	4	12
1	4	3	5	12
3	4	4	4	12
4	3	4	3	10
4	3	3	3	9
3	3	3	4	10
3	4	4	5	13
4	4	5	5	14
3	4	3	4	11
3	4	4	5	13
2	2	3	5	10
3	3	3	5	11
3	4	3	5	12
4	2	3	5	10
2	4	3	5	12
3	4	3	4	11
2	4	4	3	11
2	3	3	5	11
3	3	3	4	10
3	3	3	4	10
3	3	3	5	11
3	3	2	2	7
2	3	3	5	11
3	2	3	4	9
4	5	5	4	14
5	5	5	4	14
4	4	4	4	12
4	4	4	4	12
5	5	4	5	14
5	5	5	5	15

5	5	5	5	15
4	4	4	4	12
4	5	5	5	15
4	4	4	4	12
5	5	5	5	15
4	4	4	4	12
4	4	4	4	12
4	4	4	4	12
4	4	4	4	12
5	5	5	5	15
4	4	4	4	12
5	5	5	5	15



Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 3. Hasil Uji Kualitas Data

Validitas dan Reliabilitas Variabel Persepsi Kemanfaatan (X₁)

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	TOTAL_X1
X1_1	Pearson Correlation	1	.207	.215	.193	.189	.267*	.549**
	Sig. (2-tailed)		.112	.099	.139	.147	.039	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1_2	Pearson Correlation	.207	1	.394**	.021	.251	.322*	.541**
	Sig. (2-tailed)	.112		.002	.871	.053	.012	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1_3	Pearson Correlation	.215	.394**	1	.491**	.331**	.289*	.734**
	Sig. (2-tailed)	.099	.002		.000	.010	.025	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1_4	Pearson Correlation	.193	.021	.491**	1	.467**	.205	.681**
	Sig. (2-tailed)	.139	.871	.000		.000	.115	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1_5	Pearson Correlation	.189	.251	.331**	.467**	1	.178	.648**
	Sig. (2-tailed)	.147	.053	.010	.000		.174	.000

	N	60	60	60	60	60	60	60
X1_6	Pearson Correlation	.267*	.322*	.289*	.205	.178	1	.585**
	Sig. (2-tailed)	.039	.012	.025	.115	.174		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.549**	.541**	.734**	.681**	.648**	.585**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.687	6

Validitas dan Reliabilitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X₂)

Correlations

		X2-1	X2-2	X2-3	X2-4	X2-5	X2-6	TOTAL_X2
X2_1	Pearson Correlation	1	.859**	.802**	.792**	.844**	.781**	.938**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2_2	Pearson Correlation	.859**	1	.658**	.797**	.831**	.724**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2_3	Pearson Correlation	.802**	.658**	1	.759**	.721**	.650**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2_4	Pearson Correlation	.792**	.797**	.759**	1	.858**	.708**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000

	N	60	60	60	60	60	60	60
X2_5	Pearson Correlation	.844**	.831**	.721**	.858**	1	.767**	.931**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2_6	Pearson Correlation	.781**	.724**	.650**	.708**	.767**	1	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.938**	.893**	.856**	.912**	.931**	.864**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.949	6

Validitas dan Reliabilitas Variabel Faktor Kenyamanan (X₃)

Correlations

		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	TOTAL X3
X3_1	Pearson Correlation	1	.363**	.503**	.319**	.516**	.759**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.013	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X3_2	Pearson Correlation	.363**	1	.552**	.335**	.221	.670**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.009	.089	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X3_3	Pearson Correlation	.503**	.552**	1	.421**	.422**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.001	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X3_4	Pearson Correlation	.319**	.335**	.421**	1	.421**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.013	.009	.001		.001	.000

	N	60	60	60	60	60	60
X3_5	Pearson Correlation	.516**	.221	.422**	.421**	1	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000	.089	.001	.001		.000
	N	60	60	60	60	60	60
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.759**	.670**	.787**	.691**	.719**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	5

Validitas dan Reliabilitas Variabel Faktor Kenyamanan (X₄)

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	TOTAL_X4
X4_1	Pearson Correlation	1	.428**	.293*	.145	.068	.174	.504**
	Sig. (2-tailed)		.001	.023	.268	.608	.182	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X4_2	Pearson Correlation	.428**	1	.398**	.404**	.258*	.327*	.736**
	Sig. (2-tailed)	.001		.002	.001	.047	.011	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X4_3	Pearson Correlation	.293*	.398**	1	.033	.226	.296*	.545**
	Sig. (2-tailed)	.023	.002		.801	.082	.022	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X4_4	Pearson Correlation	.145	.404**	.033	1	.558**	.614**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.268	.001	.801		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X4_5	Pearson Correlation	.068	.258*	.226	.558**	1	.527**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.608	.047	.082	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X4_6	Pearson Correlation	.174	.327*	.296*	.614**	.527**	1	.746**
	Sig. (2-tailed)	.182	.011	.022	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
TOTAL X4	Pearson Correlation	.504**	.736**	.545**	.732**	.666**	.746**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	TOTAL_X4
X4_1	Pearson Correlation	1	.428**	.293*	.145	.068	.174	.504**
	Sig. (2-tailed)		.001	.023	.268	.608	.182	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X4_2	Pearson Correlation	.428**	1	.398**	.404**	.258*	.327*	.736**
	Sig. (2-tailed)	.001		.002	.001	.047	.011	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X4_3	Pearson Correlation	.293*	.398**	1	.033	.226	.296*	.545**
	Sig. (2-tailed)	.023	.002		.801	.082	.022	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X4_4	Pearson Correlation	.145	.404**	.033	1	.558**	.614**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.268	.001	.801		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X4_5	Pearson Correlation	.068	.258*	.226	.558**	1	.527**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.608	.047	.082	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X4_6	Pearson Correlation	.174	.327*	.296*	.614**	.527**	1	.746**
	Sig. (2-tailed)	.182	.011	.022	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
TOTAL X4	Pearson Correlation	.504**	.736**	.545**	.732**	.666**	.746**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.738	6



Validitas dan Reliabilitas Variabel Minat Nasabah (Y)

Correlations

		Y1_1	Y1_2	Y1_3	Y1_4	TOTAL Y
Y1_1	Pearson Correlation	1	.500**	.676**	.043	.802**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.747	.000
	N	60	60	60	60	60
Y1_2	Pearson Correlation	.500**	1	.765**	.126	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.336	.000
	N	60	60	60	60	60
Y1_3	Pearson Correlation	.676**	.765**	1	.090	.885**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.492	.000
	N	60	60	60	60	60
Y1_4	Pearson Correlation	.043	.126	.090	1	.374**
	Sig. (2-tailed)	.747	.336	.492		.003
	N	60	60	60	60	60
TOTAL Y	Pearson Correlation	.802**	.830**	.885**	.374**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	
	N	60	60	60	60	60

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.715	4

Lampiran 4.

Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepercayaan, Kemanfaatan, Kemudahan, Kenyamanan ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.405 ^a	.564	.403	2.102

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemanfaatan, Kemudahan, Kenyamanan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	47.697	4	11.924	32.699	.000 ^a
	Residual	243.036	55	4.419		
	Total	290.733	59			

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemanfaatan, Kemudahan, Kenyamanan

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.552	2.852		2.297	.025
	Kemanfaatan	.160	.082	.092	1.727	.000
	Kemudahan	.187	.052	.210	1.677	.000
	Kenyamanan	.184	.089	.294	2.075	.001
	Kepercayaan	.089	.083	.103	1.710	.004

a. Dependent Variable: Minat Nasabah