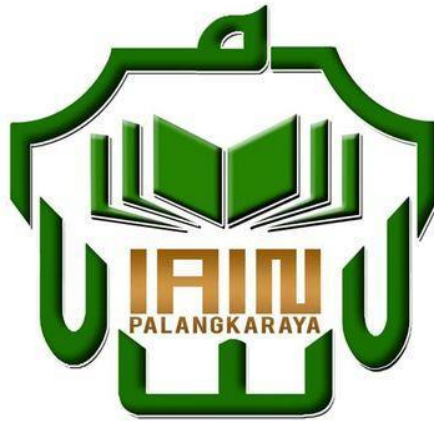


**PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN *MOBILE*  
*BANKING* TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN *MOBILE*  
*BANKING* DI BANK SYARIAH INDONESIA KC 3 PALANGKA RAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana (S.E)



Oleh :

**AHMAD YUDIN**  
NIM: 1604110085

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**TAHUN 2021/1443 H**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN,  
KEMUDAHAN *MOBILE BANKING* TERHADAP MINAT  
NASABAH MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* DI  
BANK SYARIAH KC 3 PALANGKA RAYA

NAMA : AHMAD YUDIN

NIM : 1604110085

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH

JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, September 2021

Menyetujui,

Pembimbing I,



**Dr. H. Sugiyanto, M.Pd**  
NIP 195809081979031002

Pembimbing II



**Muhammad Riza Mafizi, M.Sc**  
NIP 198806172019031006

Mengetahui,

Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam,



**Dr. Sabian Utsman, S.H., M.Si**  
NIP 196311091992031004

Ketua Jurusan  
Ekonomi Islam,



**Enriko Tedja Sukmana, M. Si.**  
NIP 198403212011011012

## NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**  
**Saudari Ahmad Yudin**

Palangka Raya, September 2021

Kepada  
Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi  
**FEBI IAIN Palangka Raya**  
Di-  
Palangka Raya

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudari :

Nama : Ahmad Yudin

NIM : 1604110085

Judul : PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAN, KEMUDAHAN  
*MOBILE BANKING* TERHADAP MINAT NASABAH  
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING* DI BANK SYARIAH  
KC 3 PALANGKA RAYA

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Perbankan Syari'ah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.  
Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Pembimbing I,



**Dr. H. Sugivanto, M.Pd**  
NIP 195809081979031002

Pembimbing II,



**Muhammad Riza Hafizi, M.Sc**  
NIP 198806172019031006

## LEMBAR PENGESAHAN

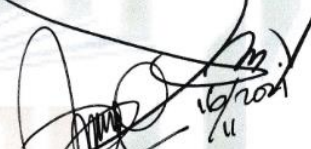


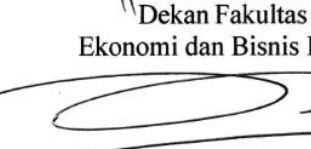
Skripsi yang berjudul “PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN *MOBILE BANKING* TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* DI BANK SYARIAH INDONESIA KC 3 PALANGKA RAYA”, Oleh Ahmad Yudin, NIM: 1604110085 telah *dimunaqasahkan* oleh tim *munaqasah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:

Hari : Jum'at

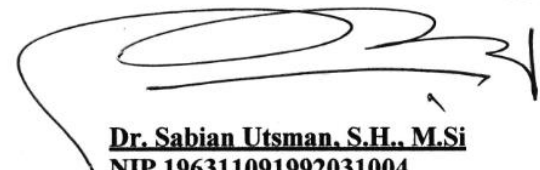
Tanggal : 29 Oktober 2021

Palangka Raya, 29 Oktober 2021

### TIM PENGUJI

1. Sofyan Hakim, M.M,M,A.P  
(Ketua Sidang/penguji) (  )
2. M.Zainal Arifin, S.Hum.  
(Penguji I) (  )
3. Dr. H. Sugiyanto, M. Pd  
(Penguji II) (  )
4. M. Riza Hafizi, M.Sc  
(Penguji/sekretaris) (  )

Mengetahui  
Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam

  
**Dr. Sabian Utsman, S.H., M.Si**  
NIP 196311091992031004



PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN *MOBILE BANKING*  
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* DI BANK  
SYARIAH INDONESIA KC 3 PALANGKA RAYA

**ABSTRAK**

Oleh: Ahmad Yudin  
1604110085

Pada era teknologi informasi sekarang ini perilaku nasabah/konsumen banyak berubah dalam melakukan transaksi perbankan, dimana nasabah sangat mengedepankan aspek kemudahan, fleksibilitas, efisiensi, dan kesederhanaan. Teknologi *mobile banking* merupakan salah satu jenis pelayanan yang diberikan bank Bsi KC Palangka Raya 3 kepada nasabahnya agar nasabah dapat melakukan transaksi perbankan kapan saja dan dimana saja setiap saat tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Bagaimana pengaruh manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Di BSI KC 3 Palangka Raya ? 2) Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Di BSI KC 3 Palangka Raya ? 3) Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Di BSI KC 3 Palangka Raya ? 4) Bagaimana pengaruh manfaat, kepercayaan, kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Di BSI KC 3 Palangka Raya ?

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi penelitian ini berjumlah 40 nasabah. Dalam penelitian ini menggunakan sampel jenuh, yaitu dengan mengambil seluruh populasi sebagai sampel yaitu sebanyak 40 responden. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS versi 25.

hasil uji t menunjukkan bahwa variabel manfaat memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,031 > 2,012$  maka  $H_2$  diterima, variabel kepercayaan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $-0,306 < 2,012$  maka  $H_3$  ditolak, variabel kemudahan penggunaan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $4,749 > 2,012$  maka  $H_4$  diterima. Dan uji  $R^2$  sebesar 0,668, hal tersebut berarti variabel minat nasabah dapat dijelaskan oleh variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan. Hasil Uji t Variabel yang sangat berpengaruh dalam menggunakan *Mobile Banking* Yaitu Variabel Kemudahan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,749.

Kata Kunci: manfaat, Kepercayaan, kemudahan, Minat

**THE EFFECT OF MOBILE BANKING BENEFITS, TRUST, EASE  
OF USE ON INTEREST IN USING MOBILE BANKING AT  
INDONESIAN SHARIA BANK KC 3 PALANGKA RAYA**

**ABSTRACT**

By: Ahmad Yudin

1604110085

*In the current era of information technology, the behavior of customers/consumers has changed a lot in conducting banking transactions, where customers prioritize aspects of convenience, flexibility, efficiency, and simplicity. Mobile banking technology is one type of service provided by Bank Bsi KC 3 Palangka Raya to its customers so that customers can perform banking transactions anytime and anywhere at any time without having to come to the bank concerned. The aims of this research are: 1) How is the effect of benefits on customer interest in using mobile banking at BSI KC 3 Palangka Raya? 2) How does trust affect customer interest in using mobile banking at BSI KC 3 Palangka Raya? 3) How does convenience affect customer interest in using mobile banking at BSI KC 3 Palangka Raya? 4) How do benefits, trust, convenience affect customer interest in using mobile banking at BSI KC 3 Palangka Raya?*

*The type of research used in this research is quantitative method. The population of this study amounted to 40 customers. In this study using a saturated sample, namely by taking the entire population as a sample, namely as many as 40 respondents. The data analysis technique used to answer the problem formulation uses multiple linear regression analysis using the SPSS version 25 program.*

*The results of the t test show that the benefit variable has a tcount value of  $2.031 > 2.012$  then  $H_2$  is accepted, the trust variable has a tcount value of  $-0.306 < 2.012$  then  $H_3$  is rejected, the ease of use variable has a tcount value of  $4.749 > 2.012$  then  $H_4$  is accepted. And the  $R^2$  test is 0.668, it means that the variable of customer interest can be explained by the variables of benefits, trust, and ease of use. The results of the t-test of variables that are very influential in using Mobile Banking, namely the convenience variable, have a tcount of 4.749.*

*Keywords: benefits, trust, convenience, interest*

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, hidayah dan inayyah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan *Mobile Banking* Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Di Bank Syariah Indonesia Kc 3 Palangka Raya”. Shalawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat serta seluruh pengikut beliau hingga akhir zaman.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak, baik berupa dorongan, kritik, dan saran diberikan kepada peneliti. Untuk itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M. Ag selaku rektor IAIN Palangka Raya.
2. Bapak Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
3. Bapak Enriko Tedja Sukmana, M. Si selaku ketua jurusan Ekonomi Islam IAIN Palangka Raya.
4. Ibu Fadiah Adlina, M. Pd. I selaku ketua program studi Perbankan Syariah IAIN Palangka Raya
5. Bapak Dr. Sugiyanto, M.Pd selaku dosen pembimbing I

6. Bapak Muhammad Riza Hafizi, M.Sc selaku dosen pembimbing II.
7. M. Zainal Arifin, M. Hum selaku dosen penasehat akademik selama peneliti menjalani perkuliahan di IAIN Palangka Raya.
8. Dosen-dosen serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan seluruh dosen IAIN Palangka Raya yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada peneliti selama menjalani perkuliahan.
9. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah ikut serta membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, akan tetapi peneliti mengharapkan dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi semua pihak serta dipergunakan sebahaimana semestinya. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Wa'alaikum salam wr, wb.

Palangka Raya, September 2021

Peneliti,

Ahmad Yudin  
NIM 1604110085



## PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Yudin  
NIM : 1604110085  
Program Studi/Jurusan : Perbankan Syariah/Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenjang : Strata Satu/S1

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN *MOBILE BANKING* DI BSI KC PALANGKA RAYA 3” adalah benar karya ilmiah saya sendiri. Jika kemudian hari karya ini terbukti merupakan duplikat atau plagiat dari karya orang lain, maka saya siap menanggung risiko atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, September 2021

Peneliti,



Ahmad Yudin  
NIM 1604110085

## MOTTO

أَلَمْ يَعْلَم بِأَنَّ اللَّهَ يَرَىٰ

Tidakkah dia menyadari bahwa sesungguhnya Allah melihat segala perbuatannya.

(Q.S Al-Alaq: 14)



## PERSEMBAHAN

Atas Ridho Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran kepada penulis untuk dapat menyelesaikan karya ilmiah ini maka dengan segala rasa syukur dan kerendahan hati, karya ini saya persembahkan kepada untuk orang-orang yang kusayangi

1. Teruntuk Ibu dan Alm Ayah yang telah memeberikan dukungan moral maupun material serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunana do'a dan tiada do'a yang paling khusus selain do'a yang terucap dari orang tua, ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, karena itu termilah persembahan bakti dan cintaku untuk kalian bapak ibu ku, terimakasih ibu atas cinta yang begitu besar darimu, sungguh aku mencintaimu karena Allah SWT.
2. Teruntuk Kakak dan Adik Sebagai tanda terima kasih, aku persembahkan karya kecil ini untu kakak Arifin dan adik Fatimah terimakasih telah memberikan ssemangat dan motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga doa dan semua hal yang terbaik yang engkau berikan menjadikan ku orang yang baik pula.
3. Teruntuk seluruh dosen dan staf akademik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya, terima kasih untuk semua ilmu dan pengalaman yang telah diberikan selama ini.
4. Teruntuk Teman-teman yang selalu memberikan motofasi, nasihat, dukungan moral serta material yang selalu membuat ku semangat untuk menyelesaikan Skripsi ini, (Alfiyanti, Ahmad Aminudin, Ahmad Riad, Yuntari dan teman-teman Seperjuangan PBS A Angkatan 2016).
5. Teruntuk teman-teman saya yang mungkin tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasi telah turut memberikan bantuan, dukungan, semangat, dan doa untuk saya. Semoga kita selalu dalam lindungan Allah SWT.Teruntuk almamater kampus tercinta IAIN Palangka Raya, terima kasih banyak.

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	Be
ت	<i>Tā'</i>	T	Te
ث	<i>Śā'</i>	Ś	es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	H ·	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Żal</i>	Ż	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Şād</i>	Ş	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	D	de titik dibawah

ط	<i>Tā'</i>	Ṭ	te titik di bawah
ظ	<i>Zā'</i>	Z ·	zet titik di bawah
ع	<i>'Ayn</i>	...,,...	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gayn</i>	G	Ge
ف	<i>Fā'</i>	F	Ef
ق	<i>Qāf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kāf</i>	K	Ka
ل	<i>Lām</i>	L	El
و	<i>Mīm</i>	M	Em
نْ	<i>Nūn</i>	N	En
و	<i>Waw</i>	W	We
هْ,	<i>Hā'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	...“...	Apostrof
ي	<i>Yā</i>	Y	Ye



B. Konsonan Rangkap Karena *Tasydīd* Ditulis Rangkap:

مُعَاوِدِينَ	Ditulis	<i>Muta'āqqidīn</i>
عِدَّة	Ditulis	'iddah

C. *Tā' Marbūtah* Di Akhir Kata

1. Bila dimatikan, ditulis:

هبة	Ditulis	<i>Hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis:

نعمة الرَّهْه	Ditulis	<i>ni'matullāh</i>
زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul-fītri</i>

D. Vokal Pendek

◌ْ ◌	Fathah	Ditulis	A
◌◌◌	Kasrah	Ditulis	I
◌◌◌◌	Dammah	Ditulis	U

### E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	Ā
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah+ya" mati	Ditulis	Ā
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah+ya"mati	Ditulis	Ī
يجيد	Ditulis	<i>Majīd</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	Ū
نروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

### F. Vokal Lengkap

Fathah+ya" mati	Ditulis	Ai
بئكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

### G. Vokal-Vokal Pendek Yang Berurutan Dalam Satu Kata, Dipisahkan Dengan Apostrof

الانتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكركم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

### H. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti dengan huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti dengan *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

#### I. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya:

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawī al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
NOTA DINAS .....	iii
LEMBARAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	viii
MOTTO .....	ix
PERSEMBAHAN.....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN .....	xiv
SAFTAR LAMPIRAN .....	xxv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Kegunaan Hasil Penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	9

B. Kajian Teori .....	12
1. Kerangka teori .....	12
a. Pengertian <i>Mobile Banking</i> .....	12
b. Penggunaan <i>Mobile Banking</i> .....	12
c. Teori manfaat .....	15
d. Manfaat bagi nasabah menggunakan <i>Mobile Banking</i> .....	17
e. Teori Kepercayaan .....	18
f. Kepercayaan nasabah menggunakan <i>Mobile Banking</i> .....	20
g. Teori Kemudahan .....	21
h. Kemudahan nasabah menggunakan <i>Mobile Banking</i> .....	22
i. Teori Minat .....	22
j. Minat nasabah menggunakan <i>Mobile Banking</i> .....	24
2. Kerangka konsep .....	25
C. Kerangka Pikir .....	27
D. Hipotesis penelitian .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	30
1. Jenis Penelitian .....	30
2. Primer dan Sekunder .....	30
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	31
1. Waktu Penelitian .....	31
2. Tempat Penelitian .....	31
C. Populasi Dan Sampel Penelitian .....	31
1. Poulasi .....	31
2. Sampel .....	31
D. Definisi Operasional Variabel .....	32
E. Teknik Pengumpulan Data .....	34
F. Uji Instrumen Penelitian .....	36
1. Uji validitas .....	36



2. Uji Reliabilitas .....	37
G. Uji prasyarat analisis .....	38
1. Uji normalitas.....	38
2. Uji Multikolinieritas.....	39
H. Analisis Data .....	39
1. Analisis Regresi Linier Ganda .....	39
2. Uji Hipotesis .....	40
I. Sistematis Penulisan.....	43
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>44</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	44
B. Penyajian data .....	47
C. Pembahasan.....	72
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>78</b>
A. Kesimpulan .....	78
B. Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3.1 Kisi kisi instrumen .....	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir.....	48
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	49
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan .....	49
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Pendapat Responden ( $X_1$ ) .....	50
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Pendapat Responden ( $X_2$ ).....	52
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Pendapat Responden ( $X_3$ ) .....	54
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Pendapat Responden (Y) .....	56
Tabel 4.10 Hasil Uji validitas manfaat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> ( $X_1$ ) .....	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Menggunakan <i>Mobile Banking</i> ( $X_2$ ) ....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kemudahan Menggunakan <i>Mobile Banking</i> ( $X_3$ ).....	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Y).....	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas .....	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas .....	63
Tabel 4.16 Hasil Uji multikolinearitas .....	64
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial t .....	66
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	68
Tabel 4.20 Uji Korelasi Determinasi ( $R^2$ ).....	69

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Strategi pengembangan perbankan syariah diarahkan untuk meningkatkan kompetisi usaha yang sejajar dengan sistem perbankan konvensional yang dilakukan secara komprehensif dengan mengacu pada analisis kelemahan dan kekuatan perbankan syariah di Indonesia saat ini. Adapun yang telah sampai kepada industri perbankan, dan tidak terkecuali perbankan syariah adalah perkembangan teknologi dan telekomunikasi dan salah satu aktifitas perbankan yang memanfaatkan teknologi tersebut adalah aplikasi *Mobile Banking*. Yang mana secara sederhana bisa diartikan sebagai aktifitas perbankan di internet<sup>1</sup>

Pada era informasi sekarang ini perilaku konsumen banyak berubah dalam melakukan transaksi, konsumen sangat mengedepankan aspek kemudahan, fleksibilitas, efisiensi, dan kesederhanaan. Perkembangan teknologi informasi yang berkembang pesat ini mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan dan kegiatan manusia. Pelayanan jasa bank merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya.

Bank menawarkan produk jasa dengan tujuan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah bank atau pihak lain yang memerlukannya. Dengan memberikan pelayanan jasa bank, maka bank akan.

---

<sup>1</sup> Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), h. 193.

Pendapatan yang diperoleh bank yang berasal dari pendapatan atas produk jasa disebut dengan *fee based income*.

Semakin ketatnya persaingan antar bank membuat bank berlomba lomba memberikan pelayanan jasa yang sangat baik. Pelayanan jasa bank akan menimbulkan dampak positif terhadap perkembangan usaha bank. Pelayanan jasa yang umum diberikan oleh bank syariah menggunakan berbagai jenis akad dengan karakteristik masing-masing jasa bank syariah. Salah satu pelayanan yang diberikan bank syariah yaitu *Mobile Banking (M-Banking)*. Untuk dapat maju dan berkembang dengan pesat masing-masing industri perbankan harus memiliki keunggulan antara lain dengan mengadopsi fasilitas teknologi informasi dan memberikan layanan yang baik. Layanan yang baik tersebut dilakukan dengan tujuan agar semakin banyak konsumen (nasabah) yang tertarik untuk menggunakan jasa perusahaan. Layanan yang baik akan membentuk sikap positif nasabah terhadap perusahaan dan niat untuk tetap menggunakan layanan jasa perbankan.<sup>2</sup>

*Mobile banking* merupakan salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *Mobile banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi maju, layanan ini berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan. *Mobile banking* bertujuan meningkatkan pelayanan

---

<sup>2</sup> Ibit, hlm, 197

kepada nasabah, memenuhi keinginan pasar, memberi kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi. Ada beberapa layanan yang digunakan nasabah dalam *mobile banking* antara lain untuk mengirim uang (*transfer*) antar rekening bank, untuk membayar tagihan telepon rumah, listrik, angsuran kredit rumah, mobil, motor, atau pinjaman apapun setiap bulan atau asuransi jiwa, asuransi mobil, dan transaksi non-finansial lainnya.

Bagi umat islam transaksi perbankan yang di pilih adalah yang tidak mengandung unsur riba, Transaksi dalam perbankan syariah tidak diperbolehkan mengandung unsur riba, sebagaimana firman Allah menjelaskan tentang larangan riba dalam Al-Qur'an surat Al-Imran ayat 130 sebagai berikut:

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

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan(QS: Al-Imran: 130).*<sup>3</sup>

Berdasarkan ayat di atas menjelaskan bahwa ketika kita melakukan transaksi apapun, Allah telah melarang kita untuk memakan riba, tidak terkecuali di dalam transaksi dunia perbankan, termasuk di dalamnya yaitu transaksi melalui *mobile banking*. Riba sendiri dalam perbankan konvensional disebut dengan bunga, yaitu besarnya persentase yang diberikan bank kepada nasabahnya.

---

<sup>3</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015), h. 66.



*Mobile banking* menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Keuntungan dari menyediakan layanan *mobile banking* bagi bank adalah dapat menghemat biaya percetakan formulir yang harus diisi nasabah untuk melakukan transaksi. di antaranya transfer uang, bayar listrik, angsuran kredit, asuransi, dan menggantinya dengan data elektronik. Bagi nasabah yang menggunakan *mobile banking* akan mendapatkan informasi dunia perbankan secara cepat, efektif, dan efisien, serta dapat mengurangi waktu tunggu nasabah dalam melakukan setiap transaksi.<sup>4</sup>

Bank juga memberikan keamanan dan privasi terhadap data nasabah dari tindak kejahatan orang-orang yang tidak bertanggung jawab. *Mobile banking* dapat digunakan dalam beberapa jaringan provider seperti indosat, telkomsel, three, dan jaringan lainnya kecuali smartfren dan axis.

*Mobile banking* adalah sebuah layanan perbankan yang dapat diakses oleh nasabah melalui telepon seluler (*handphone*) dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di SIM (*Subscriber Identity Module*) Card.

Manfaat dari menggunakan layanan *mobile banking* yaitu ,membuat pekerjaan menjadi lebih mudah, dapat menambah pengetahuan seseorang, mempercepat waktu penggunaan, dan dapat mempengaruhi tingkat kinerja seseorang. Nasabah menggunakan layanan *mobile banking* karena dapat

---

<sup>4</sup> Mahmudatus Sa'diyah & Nur Aziroh, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna Mobile Banking, Juni 2013, h. 120.

mempercepat waktu kerja dalam melakukan transaksi. Meskipun *mobile banking* bermanfaat untuk nasabah perbankan namun, disisi lain *mobile banking* memiliki sisi negatif yang harus diwaspadai penggunaanya salah satunya yaitu banyaknya tindakan kejahatan di dunia internet seperti pembobolan layanan perbankan secara online, pembajakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab<sup>5</sup>

*Mobile Banking* juga menyediakan beberapa layanan didalam aplikasinya seperti, informasi rekening (cek saldo, transfer), pembayaran *online* (PLN, telkom, akademik, Tiket, asuransi), pembelian (voucher HP, voucher PLN), layanan BSM call, jadwal shalat Termasuk didalamnya yaitu nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BSI KC Palangka Raya Lokasi JL. Ahmad Yani No. 56, Kelurahan Langkai Kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya Kalimantan Tengah. dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan salah satu nasaabah BSI KC Palangka Raya 3 yang menggunakan *mobile banking* adalah sering terjadinya gangguan sistem layanan, dimana saat nasabah melakukan transaksi sering gagal.<sup>6</sup> Hal tersebut membuat nasabah bimbang atau bahkan tidak lagi menggunakan *mobile banking* karena akan merepotkan ketika akan mengurus hal tersebut. Hal semacam ini berdampak kepada nasabah yang baru menggunakan layanan *mobile banking*, nasabah lebih

---

<sup>5</sup> Tatik Suryani. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.hlm 135

<sup>6</sup> Wawancara Gusdika fajar nur rahman di palangka raya 8 januari 2021

memilih melakukan transaksi melalui ATM atau datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi. Karena nasabah akan aman ketika melakukan transaksi secara tunai ke bank, nasabah juga tidak perlu khawatir uangnya akan terdebit ketika melakukan transaksi karena nasabah melakukan transaksi langsung ke meja teller. Namun hal tersebut tidak membuat nasabah lain yang membutuhkan *mobile banking* untuk menggunakan aplikasi yang sudah disediakan bank. Mereka tetap menggunakan *mobile banking* karena transaksi yang mereka lakukan membutuhkan waktu yang cepat untuk keperluan bisnis dan lain sebagainya.

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah dijelaskan, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor apa sajakah yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Di BSI KC Palangka Raya 3. Oleh karena itu penulis mengambil judul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan *Mobile Banking* Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Di Bank Syariah Indonesia Kc 3 Palangka Raya

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Di BSI KC 3 Palangka Raya ?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Di BSI KC 3 Palangka Raya ?
3. Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Di BSI KC 3 Palangka Raya ?
4. Bagaimana pengaruh manfaat, kepercayaan, kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Di BSI KC 3 Palangka Raya ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas penelitian mengenai Faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di BSI KC Palangka Raya 3 memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui bagaimana pengaruh manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Di BSI KC 3 Palangka Raya.
2. Untuk Mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Di BSI KC 3 Palangka Raya.
3. Untuk Mengetahui bagaimana pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Di BSI KC 3 Palangka Raya.
4. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh manfaatan, kepercayaan, kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Di BSI KC Palangka Raya.

#### D. Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun yang menjadi kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu kegunaan berbentuk teoritis dan kegunaan berbentuk praktis

##### 1. Kegunaan teoritis

- a. Mendapatkan hasil kajian teori tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di tinjau dari :

- 1) Kemudahan
- 2) Fleksibel
- 3) Efisien

##### 2. Kegunaan praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Bank Syariah Indonesia KC 3 Palangka Raya untuk meningkatkan pelayanan menggunakan aplikasi *mobile banking* kepada nasabahnya.
- b. Menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di BSI KC 3 Palangka Raya.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam penelitian ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu.

1. Rosita Yulianti (2019) dalam penelitian Faktor Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Ketersediaan Fitur, Biaya dan Risiko Terhadap Penggunaan *Mobile banking* di BNI Syariah KC Surakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sejumlah 100 responden yang menggunakan mobile banking BNI Syariah KC Surakarta. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa variabel kemudahan penggunaan, ketersediaan fitur dan biaya berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *mobile banking*, variabel manfaat dan risiko tidak termasuk berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking. Secara bersamaan, variabel kemudahan penggunaan, manfaat, ketersediaan fitur, biaya dan risiko berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,056$ .<sup>7</sup> Persamaan antara penelitian terdahulu

---

<sup>7</sup>Yulianti, Rosita, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Ketersediaan Fitur, Biaya, Dan Risiko Terhadap Penggunaan *Mobile banking* Di BNI Syariah KC Surakarta”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta, 2019), hlm xiii.

dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah sama-sama membahas atau meneliti tentang bagaimana persepsi masyarakat itu sendiri tentang penggunaan layanan *mobile banking*.

2. Melanie dan M. Taufiq (2020) dalam penelitian Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* di Surabaya. Penelitian ini menggunakan analisis faktor, data yang digunakan yaitu data primer, sampel dari penelitian ini sebanyak 100 responden. Jumlah variabel penelitian ini sebanyak 18 variabel, data yang diperoleh kemudian diolah dengan SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada 4 dari 18 variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* yaitu faktor keamanan uang yang ditransfer dengan *eigen value* 8.023, faktor efektif dan efisien dengan *eigen value* 1.774, faktor besarnya risiko dengan *eigen value* 1.226 dan faktor penggunaan yang fleksibel dengan *eigen value* 1.1805.<sup>8</sup> Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah sama-sama membahas atau meneliti tentang bagaimana persepsi masyarakat itu sendiri tentang penggunaan layanan *mobile banking*.

---

<sup>8</sup> Melanie, dan M. Taufiq, "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di Surabaya*", *Dinamika Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi dan Manajemen* Vol. 3, No.1, (2020). hlm 1.



**Tabel 2.1**  
**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	persamaan	Perbedaan
1	Rosita Yulianti, (2019), Faktor Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Ketersediaan Fitur, Biaya dan Risiko Terhadap Penggunaan <i>Mobile banking</i> di BNI Syariah KC Surakarta.	Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah sama-sama membahas atau meneliti tentang bagaimana persepsi masyarakat itu sendiri tentang penggunaan layanan <i>mobile banking</i> .	Menemukan faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan <i>mobile banking</i> .
2	Melanie dan M. Taufiq, (2020), Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> di Surabaya	Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah sama-sama membahas atau meneliti tentang bagaimana persepsi masyarakat itu sendiri tentang penggunaan layanan <i>mobile banking</i> .	Menemukan faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan <i>mobile banking</i> .

Sumber: Diolah Oleh Peneliti

## B. Kajian Teori

### 1. Kerangka Teori

#### a. Pengertian *Mobile Banking*

*Mobile banking* adalah salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *Mobile banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi maju, layanan ini berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan. *Mobile Banking* bertujuan meningkatkan pelayanan kepada nasabah, memenuhi keinginan pasar, memberi kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi.<sup>9</sup>

#### b. Penggunaan Layanan *Mobile Banking*

*Mobile banking* merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui *handphone* dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *subscriber identity module card (SIM Card)* atau biasa dikenal dengan menu layanan data atau SIM toolkit.

Ada beberapa layanan yang digunakan nasabah dalam layanan *mobile banking* antara lain untuk mengirim uang (*transfer*) antar

---

<sup>9</sup> M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010),

rekening bank, untuk membayar tagihan telepon rumah, listrik, angsuran kredit rumah, mobil, motor, atau pinjaman apapun setiap bulan atau asuransi jiwa, asuransi mobil, dan transaksi non-finansial lainnya.<sup>10</sup>

#### Fitur Layanan Yang Tersedia

##### 1. Transaksi Non Finansial

- Informasi
  - Saldo Tabungan, Giro, Dan Deposit;
  - Mutasi Rekening Koran
  - Riwayat Transaksi
  - Daftar Rekening Transper
  - Manajemen Pengaturan Pengguna
  - Ubah Password
  - Ubah Notelpon Seluler
  - Ubah Email
  - Kirim Ulang M-Token
- Transer Terjadwal
  - Lihat Status

##### 2. Transaksi Finansial

- Transer Dana
  - Transper Sesama Rekening Brisyariah

---

<sup>10</sup> Jumaini, “Sistem Layanan Mobile Banking Dalam Menarik Nasabah”(Skripsi, Ekonomi Islam, Riau, 2012), h. 3.

- Transepr Online Antar Bank
- Skn.Sistem Kliring Nasional;
- Rtgs, Real Time Gros Settlementcois
- Transper Terjadwal
  - Transper Sesama Rekening Brisyariah
  - Transepr Online Antar Bank
- Pembayaran Tagihan
  - Pln Tagihan;
  - Pln Non Taglis;
  - Telepon Telkom;
  - Telepon Seluler/Handphone Halo/Smartfren/XL;
  - Internet Speedy;<sup>11</sup>
  - Tv Berbayar Big Tv, Indovision, Transvision;<sup>12</sup>
  - Tiket Kai;
  - Institusi;
  - Mpn G2;
  - Donasi;
- Pembayaran Tagihan Terjadwal
- Pembelian
  - Token Listrik
  - Pulsa Im3, Mentari, Simpati,As Smartpren, XL;

---

<sup>11</sup> [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id)

<sup>12</sup> [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id)

- Top Up Gopay

#### Cara Registrasi Layanan mobile Banking BRIS

- Melalui Play Store
  - Buka Play Store di beranda Hp Android
  - Ketik Bris Online di tab pencarian Play Store
  - Klik Instal dan tunggu sampai selesai
  - Aplikasi Bris Online akan tampil di beranda HP Android.
- Cara Aktivasi Bris Online Melalui Android
  - Langkah 1: Buka Bris Online pada beranda HP Android, Lalu pilih Aktivasi.
  - Langkah 2: Baca dan pahami Syarat dan Ketentuan, apabila setuju, Pilih Setuju.
  - Langkah 3: Apabila ada layar Konfirmasi untuk meminta izin, Silahkan Pilih Izinkan.
  - Langkah 4: Masukkan Nomor Kartu ATM dan PIN Kartu ATM, lalu pilih Aktivasi.
  - Langkah 5: BRI Syariah akan mengirimkan kode OTP melalui SMS, silahkan masukkan Kode OTP, kode OTP memiliki waktu kadaluarsa selama 10 menit, masukkan Kode OTP tersebut sebelum kadaluarsa.
  - Langkah 6: Masukkan PIN, secara otomatis akan masuk di beranda Bris Online versi android.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id)

c. Teori Manfaat

Manfaat yaitu tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi. Persepsi terhadap manfaat adalah yang diyakini individu dapat diperolehnya apabila menggunakan teknologi informasi.

Beberapa indikator Manfaat penggunaan teknologi informasi yang meliputi yaitu sebagai berikut:

- a) *Makes job easier* (menjadi lebih mudah), transaksi perbankan menjadi lebih mudah.
  - b) *Increase productivity* (menambah produktifitas), dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja pengguna.
  - c) *Enhance effectiveness* (mempertinggi efektifitas), dapat mempercepat waktu pengguna dalam penelusuran
  - d) Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya
- Berdasarkan definisi tersebut diartikan bahwa manfaat dari penggunaan *mobile banking* dapat meningkatkan kinerja dan kinerja orang yang menggunakannya. Manfaat dalam *mobile banking* merupakan manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh para nasabah dalam melaksanakan tugas pekerjaannya. Karenanya, tingkat manfaat *mobile banking* mempengaruhi sikap para nasabah terhadap sistem tersebut.

Persepsi manfaat merupakan suatu keadaan yang mana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya.

1. Menurut Jogiyanto (2007) persepsi manfaat sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.
2. Menurut (Wibowo, 2008) mengatakan bahwa persepsi manfaat didefinisikan sebagai suatu ukuran yang mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat.<sup>14</sup>

d. Manfaat bagi nasabah menggunakan layanan mobile banking.

1. Hemat Waktu

Transfer dana, cek saldo, membuat deposito, dan lain-lain, semuanya bisa kamu lakukan di handphone kamu. Tidak perlu jauh-jauh ke datang bank.

2. Praktis

Dengan *Mobile Banking*, bayar tagihan mudah tanpa mengganggu aktivitasmu.

3. Dapat memantau transaksi dan saldo rekening *24 hours real time online*.

---

<sup>14</sup> Bastian Amanullah. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking*. Skripsi Manajemen, Semarang, 2014.



Kamu juga bisa memantau transaksi keuangan pribadimu secara real time, mengelola dana yang keluar maupun masuk di rekening dengan *Mobile Banking*.

#### 4. Gratis

Mobile banking yang ditawarkan bank biasanya tidak mengenakan biaya pendaftaran, aktivasi maupun administrasi bulanan.

#### 5. Aman

Dalam menggunakan fitur-fitur di *mobile banking* biasanya terdapat kode verifikasi, PIN dan sistem keamanan yang telah distandarisasi pihak bank.<sup>15</sup>

#### e. Teori kepercayaan

Menurut Moorman, Deshpande dan Zaltman, kepercayaan didefinisikan sebagai keinginan untuk menyerahkan sesuatu kepada *partner* yang bisa dipercaya. Pendapat tersebut dapat menggambarkan penelitian yang dilakukan oleh Rotter's yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan harapan umum yang dimiliki individu bahwa kata-kata yang muncul dari pihak lainnya dapat diandalkan. Ketika seseorang mengambil keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya dari pada yang kurang dipercayai.

---

<sup>15</sup>[www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id)

1. Definisi kepercayaan menurut Schurr dan Ozane kepercayaan adalah suatu keyakinan bahwa pernyataan pihak lain dapat diandalkan untuk memenuhi kewajibannya. Ketidakpercayaan bisa terjadi sejalan dengan minimnya informasi dalam perencanaan dan pengukuran kinerja. Rasa percaya atau tidak percaya seseorang yang muncul dalam perilakunya ditentukan oleh faktor-faktor seperti informasi, pengaruh, dan pengendalian. Kepercayaan akan meningkat bila informasi yang diterima dinilai akurat, relevan, dan lengkap. Tingkat kepercayaan juga dipengaruhi oleh pengalaman di masa lalu, pengalaman positif yang konsisten di masa lalu dengan suatu pihak akan meningkatkan rasa saling percaya sehingga akan menumbuhkan harapan akan hubungannya yang baik di masa yang akan datang.
2. Lau dan Lee (1999) dalam Tirtana dan Sari (2014) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan resiko tertentu. Kesediaan ini muncul karena adanya pemahaman individu tentang pihak lain yang didasarkan pada masa lalunya, adanya harapan pihak lain akan memberikan sumbangan yang positif (walaupun ada juga kemungkinan pihak lain memberikan sumbangan yang negatif). Literatur kepercayaan diidentifikasi dari berbagai dimensi. Dari dimensi ini rasa kejujuran (kredibilitas) mengindikasikan kepastian

konsumen dalam bisnis, ketulusan, kenyataan, dan janji (Gundlach dan Murphy, 1993).

3. Gefen mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan untuk membuat dirinya peka kedalam tindakan yang diambil oleh pihak yang dipercaya yang didasarkan pada keyakinan.<sup>16</sup>

f. Kepercayaan nasabah menggunakan layanan mobile banking

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan. Dalam hal penggunaan *mobile banking*, kebanyakan pengguna tidak memahami betul resiko keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*, mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan, padahal pengguna tidak mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi perbankan. Terdapat beberapa indikator kepercayaan yaitu sebagai berikut:

1) Keandalan, artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan.

---

<sup>16</sup> Junai Al Fian, "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya", Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Vol. 5, No. 6, 2016.

- 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.<sup>17</sup>

g. Teori Kemudahan

Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya.

1. Jogiyanto menyatakan persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.<sup>18</sup>
2. menurut Amijaya (2010) mengatakan Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dalam menggunakan *Internet Banking*

---

<sup>17</sup>Yulianti, Rosita, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Ketersediaan Fitur, Biaya, Dan Risiko Terhadap Penggunaan *Mobile banking* Di BNI Syariah KC Surakarta”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta, 2019),

<sup>18</sup> Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keprilakuan*. Penerbit ANDI. Yogyakarta. h, 22

mempengaruhi seseorang untuk memiliki minat ulang untuk menggunakannya. Hal ini didasari atas efisiensi waktu yang dirasakan, kemampuan melakukan transaksi, kemudahan operasional *internet banking* dan fleksibilitas yang dirasakan ketika menggunakannya.

3. Menurut Nasution intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Konsumen merasa suatu produk mudah digunakan maka mereka akan cenderung berminat untuk memakai kembali produk tersebut.

h. Kemudahan nasabah menggunakan *mobile banking*.

Ada beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi antara lain yaitu teknologi informasi sangat mudah dipelajari, teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan penggunanya, keterampilan pengguna akan bertambah ketika menggunakan teknologi informasi, dan teknologi informasi sangat mudah dioperasikan.<sup>19</sup>

i. Teori Minat

Minat yaitu kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh kepuasan dalam mencapai

---

<sup>19</sup>Rizki Panggih Dwi Istiarni (2014), “*Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan mobile Banking dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening* (Studi Empiris : Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia)”. h.25

kepuasan penggunaan teknologi. Indikator untuk mengetahui minat nasabah menggunakan layanan mobile banking yaitu keinginan seseorang menggunakan teknologi tersebut dan akan terus menggunakannya untuk masa depan. Terdapat beberapa indikator tentang minat yaitu sebagai berikut:

- a) Minat Transaksional, yaitu kecenderungan untuk membeli atau menggunakan suatu produk.
  - b) Minat Refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk merefrensikan produk kepada orang lain
  - c) Minat Eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang mencari informasi mengenai suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.
1. Minat menurut wibowo merupakan kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi Minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu obyek, cenderung untuk memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar kepada obyek tersebut. eorang individu apabila menilai sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya maka di saat itu lah dia akan berminat untuk menggunakannya lagi dan akan mendatangkan kepuasan.
  2. Menurut Kotler minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan

untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut.

3. menurut Tampubolon (1991) mengatakan bahwa minat adalah suatu perpaduan keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi. Minat merupakan suatu kesadaran dari diri orang sendiri dimana terdapat ketertarikan terhadap suatu di luar diri, yang berarti bahwa minat harus dilihat sebagai kesadaran diri sendiri. Rasa minat tidak mungkin timbul dengan sendirinya perlu adanya dorongan atau pengenalan suatu di luar diri yang di ketahui individu sehingga individu mendapatkan kesadaran diri untuk mempunyai rasa minat yang ada di luar diri.<sup>20</sup> Rasa minat merupakan suatu penyebab terjadinya kegiatan dan hasil yang nantinya akan di peroleh oleh individu.

- j. Minat nasabah menggunakan *mobile banking*

Presepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan *Mobile Banking*. Dimana tingginya atau meningkatnya Presepsi manfaat maka akan meningkatkan minat perilaku menggunakan *Mobile Banking*. Presepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Tingginya Presepsi kepercayaan akan meningkatkan minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Tingginya Persepsi kemudahan

---

<sup>20</sup> Hanif et al, "Analisis Minat Pengguna *Mobile Banking* dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang Telah Dimodifikasi", Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, Vol. 4, No. 1, 2017, h. 24.



penggunaan akan meningkatkan minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Terdapat beberapa indikator Minat nasabah menggunakan mobile banking;

- 1) Syarat dan ketentuannya mudah di pahami
- 2) dapat melakukan berbagai transaksi tanpa harus pergi ke bank
- 3) memahami *mobile banking* serta manfaatnya.<sup>21</sup>

## 2. Kerangka konsep

Secara konseptual, mobile banking terdiri dari tiga inter-relasi, yakni mobile accounting, mobile brokerage, dan mobile jasa informasi keuangan. Jenis-jenis pelayanan termasuk dalam kategori accounting dan brokerage yang merupakan transaksi dasar. Jasa non-transaksi dasar merupakan hal yang esensial bagi sebuah instansi adalah *mobile* jasa informasi keuangan yang memuat jenis-jenis informasi keuangan pihak instansi tersebut.

Transaksi *mobile banking* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, keuntungan yang diperoleh nasabah selain menghemat waktu, nasabah juga dapat mengontrol rekening mereka dan melakukan transaksi perbankan hanya dengan menggunakan ponsel. Jasa *mobile banking* memiliki produk seperti *sms banking*, *mobile phone* dan sebagainya.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> *Ibid*, h. 26

<sup>22</sup> Syamsul Hadi Novi, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*, skripsi, (Universitas Islam Indonesia, 2015), h. 58

### **Kelebihan *Mobile Banking*;**

#### a. Bagi nasabah

Mobile banking menawarkan beberapa jasa yang cukup menarik. Layanan *mobile banking* selain dapat menghemat biaya, juga dapat menghemat waktu. Nasabah dapat mengakses bank dan jasa-jasanya kapanpun dan dimanapun. Nasabah dapat mengetahui telah terjadi penarikan uang tanpa otoritasnya dan dapat memblokir ATM.

#### b. Bagi bank

*mobile banking* juga bisa menjadi strategi kompetitif pihak bank untuk memberikan *valueadded* kepada nasabahnya.

### **Kekurangan *mobile banking*;**

1. Jenis OS handphone
2. Jenis kartu yang digunakan
3. Kecepatan data/jaringan wilayah
4. Limit transaksi dalam sehari
5. Tidak ada notifikasi (transfer, menerima transfer, iklan)

Aktifasi setiap bulan.

Sikap Positif Penggunaan Pada *Mobile Banking* Sikap terhadap perilaku merupakan perasaan positif atau negatif seseorang untuk melakukan perilaku tersebut. Sikap seseorang juga dapat dilihat dari kepercayaan seseorang untuk mau menggunakan sebuah sistem. Dalam menggunakan layanan *mobile banking* kepercayaan pengguna *mobile*

banking dapat ditunjukkan melalui persepsi kegunaan maupun persepsi kemudahan penggunaan. Apabila sebuah teknologi sistem informasi dirasa menguntungkan bagi penggunanya, perasaan positif yang timbul juga semakin besar.<sup>23</sup>

Dalam penelitian ini, perasaan positif pengguna *mobile banking* ditunjukkan oleh perasaan suka seseorang terhadap keuntungan yang diberikan *mobile banking*. Menurut Philip Kotler dan Keller sikap yaitu evaluasi dalam waktu lama tentang yang disukai atau tidak disukai oleh seseorang, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan terhadap objek atau ide. Sikap merupakan perasaan seseorang yang timbul saat melakukan suatu perilaku bisa berupa perasaan positif ataupun negatif. Sikap penggunaan dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai akibat dari seseorang yang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya.<sup>24</sup>

### C. Kerangka Pikir

Semakin ketatnya persaingan antar bank membuat bank berlomba-lomba memberikan pelayanan jasa yang sangat baik. Salah satu fasilitasnya yaitu bank menyediakan layanan *mobile banking*

Manfaat yaitu tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu system akan meningkatkan kinerjanya. Semakin besar manfaat suatu

---

<sup>23</sup>Angela, Maya. 2014. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT BRI Cabang Ahmad Yani Makassar*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

<sup>24</sup> Imam Sugih Rahayu, “*Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model*” (Skripsi, Perbankan Syariah, Yogyakarta, 2015), h. 26

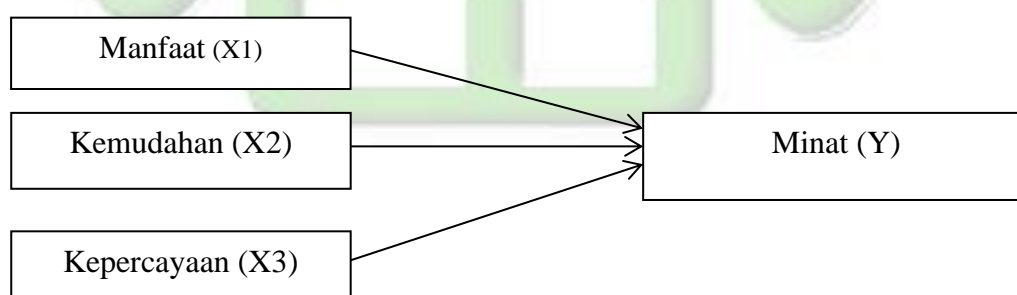
teknologi, maka semakin besar pula mempengaruhi minat seseorang menggunakannya.

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

Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya.

Minat yaitu kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi.<sup>25</sup>

**Bagan 2.1**  
**Kerangka Berpikir**



Keterangan

—————> : Uji Parsial

<sup>25</sup>Dwi Mastia Harlan, “*Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Minat Bertransaksi menggunakan Mobile Banking*”(Skripsi, Akuntansi, Yogyakarta, 2014), h. 43.

#### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Dalam kerangka pikir Ilmiah hipotesis diajukan setelah meremuskan masalah karena pada hakikatnya hipotesis adalah jawaban sementara yang belum tentu benar dan perlu di buktikan.

Pengaruh manfaat, kepercayaan, kemudahan mobile banking terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di Bank syariah indonesia KC 3 Palangka Raya:

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh positif yang signifikan manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh positif yang signifikan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

H<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh positif yang kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

H<sub>4</sub> : Terdapat pengaruh positif yang signifikan Manfaat, Kepercayaan, kemudahan, terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.<sup>26</sup> Metode penelitian ini berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>27</sup>

##### **2. Pendekatan Penelitian**

- a. Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari lapangan yang sumbernya dari responden, dan dari hasil angket dengan pihak yang bersangkutan.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber bacaan yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas seperti al-qur'an, buku-buku, jurnal, internet, dan lainnya.

---

<sup>26</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015, h. 17.

<sup>27</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2008, h. 8.

## **B. Waktu Dan Tempat Penelitian**

### **1. Waktu Penelitian**

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dalam kurun waktu dua bulan (18 Agustus- 18 Oktober) pada tahun 2021.

### **2. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia KC 3 Palangka Raya lokasi JL. Ahmad Yani No. 56, Kel langkai, Kec pahandut, Kota Palangka Raya Kalimantan Tengah.

## **C. Populasi Dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian atau hal-hal yang menarik untuk diteliti yang dibatasi oleh peneliti itu sendiri. Adapun pengertian lain populasi yaitu merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian.<sup>28</sup> Adapun Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* BSI KC Palangka raya 3 tahun 2021 sebanyak 416 orang.<sup>29</sup>

### **2. Sampel**

Sampel adalah suatu bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian. Metode penarikan dalam penelitian ini adalah *sampling* jenuh, yaitu

---

<sup>28</sup> Zulfanef, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, h. 133.

<sup>29</sup> Wawancara Asikin Nur di Palangka Raya 18 Agustus 2021



pengambilan sampel dari populasi secara keseluruhan tanpa memperhatikan tingkatan yang ada dalam populasi dan setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.<sup>30</sup> Sampel dari penelitian ini yaitu berjumlah 40 sampel. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:<sup>31</sup>

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

$$n = \frac{416}{1 + 416 (0,15)^2} 40,15 \text{ dibulatkan menjadi } 40 \text{ responden.}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Persentasi ketidakteelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel dalam penelitian diambil 15%.

#### D. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pertanyaan Kuesioner	Sumber	Skala
Manfaat (X1)	Manfaat adalah tingkat dimna seseorang berpikir bahwa menggunakan suatu siste akan meningkatkan kinerjanya. Daya	Hemat Waktu	1,2	Davis, Pereived Usefulnes, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology, Management	Likert
		Menjasi lebih mudah	3,4,5		

<sup>30</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung:Alfabet,2015, h. 124.

<sup>31</sup> Fajri Ismail, *statistika untuk penelitian pendidikan dan ilmu-ilmu sosial*, jakarta 2018, h, 47.

	guna yang di peroleh adalah manfaat yang di yakini individu dapat di peroleh apabila menggunakan teknologi infirmasi.	Praktis	6,7	Information System (online) Vol. 12, No. 3, h. 320.	
		Keterjangkauan	8		
Kepercayaan (X2)	Kepercayaan adalaah kesediaan untk bergantung pihak lain yang dipercaya. Sedangkan menurut kutipan Budi menyatakan bahwa kepercayaan adalah keyakinan penyedia jasa dapat menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan, serta kemauan atau keyakinan mitra pertukaran untuk menjalin hubungan jangka panjang untuk menghasilkan kerja yang positif.	Kehandalan	1,2,3	Junai Al Fian, Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 5, No. 6, 2016, h. 4.	Likert
		Kepedulian	4,5,		
		Kredibilitas	6,7,8		
Kemudahan (X3)	Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi	Mudah di pelajari	1,2	Davis, Pereived Usefulnes, Perceived Ease Of Use, And user acceptance of Information Technology, Jurnal Management Information System (online) Vol. 12, No. 3,	Likert
		Keterampilan	3		

	penggunanya.	Mudah di Operasi	4,5,6,7,8	h. 318.	
Minat (Y)	perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat dapat didefinisikan sebagai kemungkinan bila pengguna mau menggunakan suatu produk. Suatu produk dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah digunakan.	Ketertarikan	1,2	Esthi Dwityanti, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Mobile Banking Mandiri" (Tesis, Universitas Diponegoro, Semarang 2008), h. 20.	Likert
		Rasa senang	3,4,5		
		Kepuasan	6,7,8		

### E. Teknik Pengumpulan Data

Dilihat dari segi cara dan metode pengumpulan data, maka metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner.

#### 1. Kuesioner

Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (nasabah) untuk dijawabnya. Kuesioner ini berisi pernyataan atau pertanyaan dengan jawaban alternatif yang berkenaan dengan Faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada BSI KC Palangka Raya 3. Dimana dari beberapa pertanyaan yang dimunculkan dalam kuesioner terdapat pertanyaan yang diambil dari penelitian terdahulu dan

beberapa pertanyaan dibuat sendiri oleh penulis. Adapun skala yang dipakai adalah skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial. Skala ini menggunakan 4 skor yaitu sebagai berikut:<sup>32</sup>

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
- b. Tidak Setuju (TS) = 2
- c. Cukup Setuju (CS) = 3
- d. Setuju (S) = 4
- e. Sangat Setuju (SS) = 5

**Tabel 3.1**  
**Kisi kisi instrumen**

Variabel	Indikator	Jumlah Pernyataan	No Pernyataan
Kemanfaat (X <sub>1</sub> )	Hemat Waktu	2	1,2
	Menjadi Lebih mudah	3	3,4,5
	Praktis	2	6,7
	Keterjangkauan	1	8
Kepercayaan (X <sub>2</sub> )	Kehandalan	3	1,2,3
	Kepedulian	2	4,5
	Kredibilitas	3	6,7,8
Kemudahan (X <sub>3</sub> )	Mudah di pelajari	2	1,2
	Keterampilan	1	3
	Mudah dioperasi	5	4,5,6,7,8

<sup>32</sup> Toto Syatori Nasehudin & Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2015, h. 113.

Minat (Y)	Ketertarikan	2	1,2
	Rasa Senang	3	3,4,5
	Kepuasan	3	6,7,8

Sumber: Dibuat oleh penulis

## F. Uji Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan dan dapat dihitung dengan menggunakan metode product moment, Tingkat validitas diukur melalui hasil  $r_{hitung}$  yang dibandingkan dengan  $r_{tabel}$ , dimana  $r_{tabel}$  dapat diperoleh melalui derajat kebebasan ( $dk = n-3$ ) signifikan 5%,  $n$  adalah jumlah sampel. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  berarti valid dan sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  berarti tidak valid.<sup>33</sup> Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan dan dapat dihitung dengan menggunakan metode product moment, dengan rumus sebagai berikut:<sup>34</sup>

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

Keterangan:

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi

$\sum x$  : Jumlah skor butir

<sup>33</sup> Riduwan, *Pengantar Statistika Sosial*, Bandung: Alfabeta, 2012, h. 10.

<sup>34</sup> Sandu siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta, 2015, h. 89.

$\Sigma y$  : Jumlah skor total

n : Jumlah sampel

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas yang berasal dari kata *reability* berarti sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu hasil pengukuran hanya dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama, diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah. Teknik pengujian reliabilitas menggunakan teknik *cronbach alpha* atau koefisien alfa. Kriteria uji reliabilitas yaitu apabila reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik atau reliabel. Dengan uji realibilitas, suatu kuesioner dapat diketahui kelayakannya, suatu kuisioner dikatakan reliabel jika *cronbach alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach alpha* < 0,60.<sup>35</sup> Rumus *cronbach alpha*<sup>36</sup>

$$\alpha = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana:

a : adalah nilai reliabelitas alat ukur

<sup>35</sup> Danang Sunyoto, *Metode Penelitian Ekonomi: Alat Statistik dan Analisis Output Komputer*, Yogyakarta: CAPS, 2011, h. 70.

<sup>36</sup> Freddy Rangkuti, *The power of brands: teknik mengelola brand equity dan strategi pengembangan merek + analisis kasus dengan spss*, Jakarta: PT gramedia pustaka utama, 2002, h.776-77

$k$  : adalah jumlah 1 item pertanyaan

$\sum \sigma_i^2$  : adalah jumlah Varians masing-masing item

$\sigma_1^2$  : adalah varians total

## G. Uji Prasyarat Analisis

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, dependent variabel dan independent variabel keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas penelitian ini menggunakan alat tes *Kolmogrov-Smirnov* yang terdapat pada *SPSS 25* dengan tingkat signifikan sebesar 0,05. Pengambilan kesimpulan untuk membuktikan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidaknya adalah dengan nilai signifikannya, jika signifikan  $> 0,05$ , maka variabel berdistribusi normal, dan sebaliknya jika signifikan  $< 0,05$ , maka variabel tidak berdistribusi normal<sup>37</sup>. Rumus *kolmogorov smirnov*:<sup>38</sup>

$$KD = \frac{\sqrt{n_1 + n_2}}{n_1 n_2}$$

Keterangan:

$KD$  : jumlah *kolmogorov smirnov*

$n_1$  : jumlah sampel yang diperoleh

<sup>37</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011, h. 160.

<sup>38</sup>Hariadi Sarjono dan Winda Julianita, *SPSS vs LISREL sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat, 2011, h. 53.



$n_2$  : jumlah sampel yang diharapkan

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Nilai Signifikan atau nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data tidak terdistribusi secara normal.
- b. Nilai Signifikan atau nilai probabilitas  $> 0,05$ , maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data terdistribusi secara normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar perubah bebas. Multikolinearitas adalah keadaan jika suatu variabel bebas berkorelasi dengan satu atau lebih variabel bebas yang lainnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan problem multikolinearitas. Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas ada 2 cara yaitu melihat nilai *tolerance* dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  maka artinya tidak terjadi multikolinearitas pada data yang di uji. Sebaliknya jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  maka artinya terjadi multikolinearitas. Dan jika nilai VIF  $< 10,00$  maka tidak terjadi multikolinearitas, sebaliknya jika nilai VIF  $> 10,00$  maka terjadi multikolinearitas.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup>Nikolaus Duli, *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, Yogyakarta: Deepublish, 2019, h. 120.

## H. Analisis data

### 1. Analisis Regresi Linier Ganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh satu atau lebih variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Perumusan model analisis regresi yaitu sebagai berikut:<sup>40</sup>

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

Dimana:

Y : variabel dependen  
 X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub> : variabel independen  
 a : konstanta  
 b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub> : koefisien regresi  
 e : error

### 2. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis dapat dikatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik.

#### a. Uji Simultan (uji F)

---

<sup>40</sup>Suyono, *Analisis Regresi untuk Penelitian*, Yogyakarta: Deepublish, 2018, h. 99.

Digunakan untuk membuktikan kebenaran hipotesis dan mengetahui sejauh mana variabel bebas yang digunakan mampu menjelaskan variabel terikat. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (*independen*) secara bersama terhadap variabel terikat (*dependen*). Uji dilakukan dengan langkah membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ .

Dasar pengambilan dalam uji ini ada 2 cara yaitu jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dan jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.<sup>41</sup>

$$F = \frac{R^2 / (n - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Dimana:

$R^2$  : Koefisien determinasi

$n$  : Jumlah data

$k$  : Jumlah variabel independen

#### b. Uji Parsial (uji t)

---

<sup>41</sup>Said Kelana Asnawi dan Chandra Wijaya, *Riset Keuangan: Pengujian-pengujian Empiris*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005, h. 261.

Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara persial (terpisah) terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Hipotesis akan diuji dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya variabel Bebas Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Variabel Terikat.<sup>42</sup> Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan (alat) statistika yang dipergunakan, yaitu dengan rumus atau bantuan program SPSS. Adapun rumusnya yaitu:<sup>43</sup>

$$t = \frac{x_1 - x_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left( \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

Keterangan :

Dengan  $dk = n_1 + n_2 - 1$

$X_1$  :rata-rata sampel 1

$X_2$  : rata-rata sampel 2

$S_1$  : simpangan baku sampel 1

$S_2$  : simpangan baku sampel 2

$S_1^2$  : varians sampel 1

$S_2^2$  : varians sampel 2

<sup>42</sup> Suyono, Analisis Regresi untuk Penelitian, Yogyakarta: Deepublish, 2018, h. 99.

<sup>43</sup> Feddy Rangkuti, *Marketing Analysis Made Easy*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005, h. 63.

N : jumlah sampel

## **I. Sistematis Penulisan**

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan terdiri dari lima bab. Masing-masing uraian yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas tentang latar belakang penelitian, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian.

### **BAB II KAJIAN TEORI**

Pada bab ini membahas tentang penelitian terdahulu, kajian teori, kerangka pikir, hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini membahas tentang waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji instrumen penelitian, analisis data, Dan sistematis penulisan.

### **BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini membahas tentang gambar umum penelitian, penyajian data, dan pembahasa.

### **BAB V KESIMPULAN**

Pada bab Ini membahas tentang kesimpulan, Dan saran.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya No.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRI Syariah secara resmi beroperasi. PT. Bank BRI Syariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam. Dua tahun lebih PT. Bank BRI Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan financial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai dengan harapan nasabah dengan prinsip syariah.

Kehadiran PT. Bank BRI Syariah di tengah-tengah industry perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntunan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT. Bank BRI Syariah yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan *brand* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Aktivitas PT. Bank BRI Syariah semakin kokoh setelah

pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk untuk melebur ke dalam PT. Bank BRI Syariah (proses spin off) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank BRI (Persero) Tbk dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRI Syariah.

PT. BRI Syariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan asset PT. BRI Syariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi asset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Fokus pada segmen menengah bawah, PT. Bank BRI Syariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan pelayanan perbankan. PT. BRI Syariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan asset PT. BRI Syariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi asset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Fokus pada segmen menengah bawah, PT. Bank BRI Syariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan pelayanan perbankan. Sesuai dengan visinya, saat ini PT. BRI Syariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan consumer berdasarkan prinsip Syariah<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> [https://www.ir-bankbsi.com/corporate\\_history.html](https://www.ir-bankbsi.com/corporate_history.html) diakses pada tanggal 10 Agustus 2021 pukul 19.30 WIB.



Pada tanggal 1 Februari 2021 bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H, menjadikan sejarah baru bagi bank syariah milik negara yaitu terjadinya penggabungan antara Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu kesatuan, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Yang dulunya BRI Syariah KC Palangka Raya sekarang berubah nama menjadi BSI KC Palangka Raya 3 lokasi JL. Ahmad Yani No. 56, Kel, langkai Kec, pahandut Palangka Raya Kalimantan Tengah.

Penggabungan tersebut akan menggabungkan keunggulan dari tiga bank syariah teratas untuk memberikan layanan yang lebih baik, cakupan yang lebih luas, dan kemampuan permodalan yang lebih baik. Dengan dukungan sinergi dengan induk perusahaan (Mandiri, BNI, BRI) dan komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia terpacu untuk bersaing dalam skala global.<sup>45</sup>

#### 1. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

##### a. Visi

Top 10 Global Islamic Bank

##### b. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik para pemegang saham

---

<sup>39</sup> [https://www.ir-bankbsi.com/corporate\\_history.html](https://www.ir-bankbsi.com/corporate_history.html) diakses pada tanggal 10 Agustus 2021 pukul 19.30 WIB.

3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik

### Indonesia Karakteristik Responden

## B. Penyajian data

### 1. Karakteristik responden

#### a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengelompokkan responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	27	67,5%
Perempuan	13	32,5%
Total	40	100%

Sumber: data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 27 orang atau 67,5% sedangkan perempuan sebanyak 13 orang atau 32,5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Nasabah yang menggunakan *Mobile Banking* BSI KC Palangka Raya 3 yang paling dominan adalah laki-laki.

#### b. Berdasarkan Usia

Pengelompokkan responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
21-30 Tahun	11	27,5%
31-40 Tahun	23	57,5%
41-50 Tahun	5	12,5%
> 50 Tahun	1	2,5%
Total	40	100%

Sumber: data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan usia 21-30 tahun sebanyak 11 orang atau 27,5%, responden dengan usia 31-40 tahun sebanyak 23 orang atau 57,5%, responden dengan usia 41-50 tahun sebanyak 5 orang atau 12,5%, dan responden dengan usia > 50 tahun sebanyak 1 orang atau 2,5 %. Sehingga dapat disimpulkan bahwa usia Nasabah BSI KC Palangka Raya 3 yang menggunakan *Mobile Banking* yang paling dominan adalah usia 30-40 tahun.

c. Berdasarkan Pendidikan terakhir

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir**

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase (%)
SMA	15	37,5%
Diploma	1	2,5%
Strata 1	24	60,0%
Strata 2	-	-
Strata 3	-	-

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan table 4.3 di atas dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir nasabah yang dijadikan responden dalam penelitian ini yaitu SMA berjumlah 15 orang atau sebesar 25,58%, Dipoma berjumlah 1 orang responden atau sebesar 2,5% dan pendidikan mayoritas yaitu Strata 1 yaitu berjumlah 24 orang atau sebesar 60,0%.

d. Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
PNS/TNI/POLRI/BUMN	-	-
Wiraswata	37	92,5%
Guru	3	7,5%

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan data dari tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa pekerjaan nasabah yang diambil sebagai responden mayoritas memiliki pekerjaan wiraswasts berjumlah 37 orang atau sebesar 92,5% , PNS/TNI/POLRI/BUMN berjumlah 0 orang atau sebesar 0%, Guru/Dosen berjumlah 3 orang atau sebesar 7,5%.

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan**

Penghasilan Perbulan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Rp 1.000.000 s/d Rp 4.999.000	40	100%
Rp 5.000.000 s/d Rp 7.499.000	-	-
Rp 7.500.000 s/d Rp10.000.000	-	-
> Rp 10.000.000	-	-

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan data dari table 4.5 di atas dapat diketahui bahwa penghasilan nasabah yang dijadikan responden dalam penelitian ini mayoritas memiliki penghasilan paling banyak yaitu Rp. 1.000.000 – Rp. 4.999.000 berjumlah 40 orang atau sebesar 100%.

## 2. Penyajian data

### a. Penyajian data Kemanfaat Menggunakan *Mobile Banking* ( $X_1$ )

Variabel Kemanfaat diukur dengan 8 item pertanyaan. Hasil jawaban responden dari kuesioner penelitian terdapat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.6**  
**Distribusi Frekuensi Pendapat Responden  $X_1$**

Item	Skor Jawaban					Jumlah
	SS	S	CS	TS	STS	
X1.1	28	7	5	-	-	40
X1.2	25	8	6	-	-	40
X1.3	26	9	5	-	-	40
X1.4	31	6	2	1	-	40
X1.5	27	9	4	-	-	40
X1.6	29	7	4	-	-	40
X1.7	25	9	6	-	-	40
X1.8	29	6	5	-	-	40

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Tabel 4.6 diatas, dimana pada pernyataan X1.1, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 28 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden selalu mengingat bahwa Kemanfaat adalah salah pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X1.2, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 25 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa Manfaat adalah salah pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X1.3, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 26 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat adalah salah pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X1.4, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 31 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa Manfaat sangat berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X1.5, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 27 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa Manfaat adalah salah pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X1.6, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 29 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa Manfaat adalah salah pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X1.7, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 25 orang responden.

Hal ini menunjukkan bahwa Manfaat adalah salah pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X1.8, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 29 orang responden.

Hal ini menunjukkan bahwa manfaat adalah salah pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

b. Penyajian data Kepercayaan Menggunakan *Mobile Banking* (X<sub>2</sub>)

Variabel Kepercayaan nasabah diukur dengan 8 item. Hasil jawaban responden dari kuesioner penelitian terdapat pada tabel berikut ini.

**Tabel 4.7**  
**Distribusi Frekuensi Pendapat Responden (X<sub>2</sub>)**

Item	Skor Jawaban					Jumlah
	SS	S	CS	TS	STS	
X2.1	20	16	4	-	-	40
X2.2	26	10	4	-	-	40
X2.3	26	12	2	-	-	40
X2.4	26	12	3	-	-	40
X2.5	25	11	4	-	-	40
X2.6	22	13	5	-	-	40
X2.7	23	10	7		--	40
X2.8	20	14	6	-	-	40

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Tabel 4.7 diatas, dimana pada pernyataan X2.1, sebagian besar responden menjawab ”Setuju” yakni sebanyak 20 orang responden. Hal ini



menunjukkan bahwa Kepercayaan adalah salah satu pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X2.2, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 26 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan adalah salah Satu pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X2.3, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 26 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan adalah salah Satu pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X2.4, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 25 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan adalah salah Satu pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X2.5, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 25 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan adalah salah Satu pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X2.6, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 22 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan adalah salah Satu pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X2.7, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 23 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan adalah salah Satu pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X2.8, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 20 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan adalah salah Satu pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

c. Penyajian data Kemudahan Menggunakan *Mobile Banking* (X<sub>3</sub>)

Variabel Kemudahan nasabah diukur dengan 8 item. Hasil jawaban responden dari kuesioner penelitian terdapat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.8**  
**Distribusi Frekuensi Pendapat Responden X<sub>3</sub>**

Item	Skor Jawaban					Jumlah
	SS	S	CS	TS	STS	
X3.1	23	14	3	-	-	40
X3.2	21	16	3	-	-	40
X3.3	22	16	2	-	-	40
X3.4	26	14	-	-	-	40
X3.5	25	11	4	-	-	40
X3.6	22	13	5	-	-	40
X3.7	23	10	7	-	-	40
X3.8	20	15	6	-	-	40

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Tabel 4.8 diatas, dimana pada pernyataan X3.1, sebagian besar responden menjawab ”Sangat Setuju” yakni sebanyak 23 orang responden.

Hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan adalah salah satu pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X3.2, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 21 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan adalah salah Satu pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X3.3, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 22 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan adalah salah Satu pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X3.4, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 26 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan adalah salah Satu pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X3.5, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 25 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan adalah salah Satu pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X3.6, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 22 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan adalah salah Satu pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X3.7, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 23 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan adalah salah Satu pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Tanggapan responden pada pertanyaan X3.8, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 20 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan adalah salah Satu pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

d. Penyajian data minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y)

Variabel minat nasabah diukur dengan 8 item. Hasil jawaban responden dari kuesioner penelitian terdapat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.9**  
**Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Y**

Item	Skor Jawaban					Jumlah
	SS	S	CS	TS	STS	
Y1	24	14	2	-	-	40
Y2	27	8	5	-	-	40
Y3	26	11	3	-	-	40
Y4	23	14	3	-	-	40
Y5	26	11	3	-	-	40
Y6	29	11	-	-	-	40
Y7	24	13	3	-	-	40
Y8	27	11	2	-	-	40

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Tabel 4.9 diatas, dimana pada pernyataan Y1, sebagian besar responden menjawab ”Sangat Setuju” yakni sebanyak 24 orang responden.

Hal ini menunjukkan bahwa minat nasabah menggunakan *mobile banking* cukup tinggi.

Tanggapan responden pada pertanyaan Y2, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 27 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa minat nasabah menggunakan *mobile banking* cukup banyak.

Tanggapan responden pada pertanyaan Y3, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 26 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa minat nasabah menggunakan *mobile banking* cukup banyak.

Tanggapan responden pada pertanyaan Y4, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 23 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa minat nasabah menggunakan *mobile banking* cukup banyak.

Tanggapan responden pada pertanyaan Y5, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 26 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa minat nasabah menggunakan *mobile banking* cukup banyak.

Tanggapan responden pada pertanyaan Y6, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 29 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa minat nasabah menggunakan *mobile banking* cukup banyak.

Tanggapan responden pada pertanyaan Y7, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 24 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa minat nasabah menggunakan *mobile banking* cukup banyak.

Tanggapan responden pada pertanyaan Y8, sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” yakni sebanyak 27 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa minat nasabah menggunakan *mobile banking* cukup banyak.

e. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen. Instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi. Tingkat validitas diukur melalui hasil  $r_{hitung}$  yang dibandingkan dengan  $r_{tabel}$ , dimana untuk  $r_{tabel}$   $n = 40$  dengan nilai signifikan 5%. Kaidah keputusan yaitu jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  berarti valid sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  berarti tidak valid.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji validitas Manfaat Menggunakan *Mobile Banking* (X<sub>1</sub>)**

Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel} \alpha = 0,05 ;$ $n = 40$	Keterangan
X1.1	0,735	0,312	Valid
X1.2	0,743	0,312	Valid
X1.3	0,791	0,312	Valid
X1.4	0,897	0,312	Valid
X1.5	0,608	0,312	Valid
X1.6	0,631	0,312	Valid

X1.7	0,811	0,312	Valid
X1.8	0,759	0,312	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa uji validitas yang dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 40 orang dan 8 item pernyataan variabel X1 dinyatakan valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Validitas Kepercayaan Menggunakan *Mobile Banking* (X<sub>2</sub>)**

Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel} \alpha = 0,05 ; n = 40$	Keterangan
X2.1	0,774	0,312	Valid
X2.2	0,801	0,312	Valid
X2.3	0,866	0,312	Valid
X2.4	0,911	0,312	Valid
X2.5	0,888	0,312	Valid
X2.6	0,903	0,312	Valid
X2.7	0,826	0,312	Valid
X2.8	0,823	0,312	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa uji validitas yang dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 40 orang dan 8 item pernyataan variabel X2 dinyatakan valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Validitas Kemudahan Menggunakan *Mobile Banking* (X<sub>3</sub>)**



Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel} \alpha= 0,05 ; n = 40$	Keterangan
X3.1	0,792	0,312	Valid
X3.2	0,761	0,312	Valid
X3.3	0,634	0,312	Valid
X3.4	0,606	0,312	Valid
X3.5	0,808	0,312	Valid
X3.6	0,847	0,312	Valid
X3.7	0,781	0,312	Valid
X3.8	0,568	0,312	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.12 di atas dapat diketahui bahwa uji validitas yang dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 40 orang dan 8 item pernyataan variabel X3 dinyatakan valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai

$r_{hitung} > r_{tabel}$ .

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Validitas Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y)**

Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel} \alpha= 0,05 ; n = 40$	Keterangan
Y1	0,679	0,312	Valid
Y2	0,822	0,312	Valid
Y3	0,783	0,312	Valid
Y4	0,714	0,312	Valid
Y5	0,797	0,312	Valid
Y6	0,725	0,312	Valid
Y7	0,816	0,312	Valid
Y8	0,750	0,312	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.13 di atas dapat diketahui bahwa uji validitas yang dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 40 orang dan 8 item pernyataan variabel Y dinyatakan valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

f. Uji Reliabilitas

reliabilitas instrumen menggambarkan pada kemantapan alat ukur yang digunakan. Alat ukur dinyatakan reliabel yang tinggi atau dapat dipercaya, apabila alat ukur itu stabil, sehingga dapat diandalkan dan dapat digunakan dalam peramalan. Dalam perdagangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih penelitian dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama.

Pengukuran dilakukan dengan menggunakan aplikasi *SPSS 25* yang memberikan fasilitas untuk mengukur kereliabelan dengan uji statistik *cronbach alpha*, dengan kriteria bahwa suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan *cronbach alpha*  $> 0,60$  maka reliabilitas bisa diterima.

Adapun hasil output perhitungan *SPSS 25* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's <i>alpha</i>	Jumlah Instrumen	Keterangan
Manfaat (X1)	0,887	40	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,943	40	Reliabel
Kemudahan (X3)	0,874	40	Reliabel
Minat (Y)	0,895	40	Reliabel

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil uji data pada tabel 4.14 di atas dapat di katahui bahwa hasil seluruh Variabel memiliki Cronbanch alpha > 0,60 sehingga dapat di simpulkan bahwa semua variabel X1,X2, X3 Dan Y dinyatakan reliabel.

### 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

#### g. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, dependent variabel dan independent variabel keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.<sup>46</sup> Uji normalitas penelitian ini menggunakan alat tes *Kolmogrov-Smirnov* yang terdapat pada *SPSS 25* dengan tingkat signifikan sebesar 0,05. Jika signifikansi > 0,05 maka data tersebut

<sup>46</sup>Hironymus Ghodang dan Hantono, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalus dengan SPSS)*, Medan: PT. Penerbit Mitra Grup, 2020, h. 57.

berdistribusi normal dan sebaliknya, jika signifikansi  $< 0,05$  maka data tersebut tidak berdistribusi norma

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Normalitas**

Hasil Uji Normalitas	Signifikansi	Keterangan
<i>kolmogrov-smirnov z</i>	0,109	Data terdistribusi normal

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, bahwa nilai signifikansinya adalah  $0,109 > 0,05$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

#### h. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Dasar pengambil keputusan pada uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua cara yakni:

- 1) Melihat nilai *tolerance*
  - a) Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  maka tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
  - b) Jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  maka terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- 2) Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

- a) Jika nilai VIF  $< 10,00$  maka tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.<sup>47</sup>

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji multikolinearitas**

Variabel X	Tolerance	VIF	Keterangan
Manfaat (X1)	0,383	2,609	Tidak terjadi multikolinearitas
Kepercayaan (X2)	0,265	3,772	Tidak terjadi multikolinearitas
Kemudahan (X3)	0,490	2,043	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, bahwa hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance dari variabel Manfaat (X1)  $383 > 0,10$  Maka dapat dikatakan Tidak terjadi multikolinearitas, nilai tolerance dari variabel Kepercayaan (X2)  $0,265 > 0,10$  Maka dapat dikatakan Tidak terjadi multikolinearitas, dan nilai tolerance dari variabel Kemudahan (X3)  $0,490 > 0,10$  Maka dapat dikatakan Tidak terjadi multikolinearitas dan nilai VIF dari variabel manfaat (X1)  $2,609 < 10$  Maka dapat dikatakan Tidak terjadi multikolinearitas, nilai VIF dari variabel Kepercayaan (X2)  $3,772 < 10$  Maka dapat dikatakan Tidak terjadi multikolinearitas, Nilai VIF dari variabel kemudahan X3)  $2,043 < 10$  Maka dapat dikatakan Tidak terjadi multikolinearitas, Maka dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen ini tidak terjadi multikolinearitas.

<sup>47</sup> Nikolaus Duli, *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*.

i. Analisis Regresi Linier ganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), yang dinyatakan dengan persamaan.

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	Unstandardized Coefficients
	B
(Constant)	5,696
Manfaat	0,268
Kepercayaa	-0,045
Kemudahan	0,636

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

$$Y = 5,696 + 0,268 \cdot \text{Manfaat} + 0,045 \cdot \text{Kepercayaan} + 0,636 \cdot \text{Kemudahan} + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan regresi linear berganda pada tabel 4.18 di atas adalah:

- 1) Nilai (Constant) a sebesar 5,696 dapat diartikan bahwa variabel manfaat, kepercayaan dan kemudahan konstan maka nilai minat nasabah adalah sebesar 5,696
- 2) Koefisien regresi Manfaat (X1) adalah 0,268 menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh positif terhadap Y yaitu meningkat sebesar 0,268.
- 3) Koefisien regresi Kepercayaan (X2) adalah 0,045 menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh positif terhadap Y, yaitu meningkat sebesar 0,045
- 4) Koefisien regresi Kemudahan (X3) adalah 0,636 menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh positif terhadap Y, yaitu meningkat sebesar 0,636.

## j. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen (*reward* dan *punishment*) terhadap variabel dependen (kinerja karyawan) secara parsial. Adapun dasar keputusan uji t yaitu jika nilai sig < 0,05 maka:  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima. Sedangkan jika nilai sig > 0,05 maka:  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak.<sup>48</sup> Hasil perhitungan uji t dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Parsial t**

Variabel	T	Sig.
(Constant)	1,532	
Manfaat (X1)	2,031	0,050
Kepercayaan (X2)	-0,306	0,762
Kemudahan (X3)	4,749	0,000

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

## a) Hipotesis Faktor Manfaat (X1) terhadap minat (Y)

Hipotesis:

$H_0$  : Tidak ada pengaruh antara Manfaat minat sabaha Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 3.

$H_a$  : Ada pengaruh antara Manfaat terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 3.

Berdasarkan tabel di atas pada variabel Manfaat(X<sub>1</sub>) menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,031 dengan tingkat probabilitas signifikan sebesar

<sup>48</sup> Harnovinsah, Ana Sopanah, dan Rida Perwita Sari, *Bunga Rampai Akuntansi Publik: Isu Kontemporer Akuntansi Publik*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020, h. 68.



0,050. Apabila dilihat dari nilai probabilitas signifikan yang lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa variabel manfaat ada pengaruh signifikan terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 3.

b) Hipotesis pengaruh kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap minat ( $Y$ )

Hipotesis:

$H_0$  : Tidak ada pengaruh antara kepercayaan terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 3.

$H_a$  : Ada pengaruh antara kepercayaan terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya .

Berdasarkan tabel di atas pada variabel kepercayaan ( $X_2$ ) menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0,306 dengan tingkat probabilitas signifikan sebesar 0,762. Apabila dilihat dari nilai probabilitas signifikan yang lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya bahwa variabel kepercayaan tidak ada pengaruh signifikan terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 3.

c) Hipotesis Faktor Kemudahan ( $X_3$ ) terhadap minat ( $Y$ )

Hipotesis:

$H_0$  : Tidak ada pengaruh antara kemudahan minat nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 3.

$H_a$  : Ada pengaruh antara kemudahan terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 3.

Berdasarkan tabel di atas pada variabel kemudahan (X3) menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,749 dengan tingkat probabilitas signifikan sebesar 0,000. Apabila dilihat dari nilai probabilitas signifikan yang lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa variabel kemudahan ada pengaruh signifikan terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 3.

k. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (Manfaat, kepercayaan, dan kemudahan) secara bersama sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (minat) Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji F: Jika nilai sig atau probabilitas  $> 0,05$  maka:  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak. Sedangkan jika nilai sig atau probabilitas  $< 0,05$  maka:  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima.<sup>49</sup> Berikut hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji F**

Model		F	Sig
1	Regression	24,119	0,000

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Hipotesis:

<sup>49</sup> Singgih Santotso, *Panduan Lengkap SPSS 26*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2020, h. 330.

$H_0$  : Tidak ada pengaruh antara manfaat, kepercayaan, dan kemudahan, terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 3.

$H_a$  : Ada pengaruh antara manfaat, kepercayaan, dan kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 3.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai  $F_{hitung}$  sebesar 24,119 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Apabila dilihat dari nilai probabilitas signifikan yang kurang dari 0,05. Hal tersebut membuktikan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat diartikan bahwa variabel independen (Manfaat, kepercayaan dan kemudahan) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 3.

#### 1. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atau sumbangsi variabel manfaat, kepercayaan dan kemudahan terdapat minat nasabah menggunakan *mobile banking* di BSI Kc Palangka Raya 3. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan melihat nilai R Square sebagaimana dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.20**  
**Uji Korelasi Determinasi Manfaat ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,622 <sup>a</sup>	0,387	0,370	2,91403
a. Predictors: (Constant), manfaata_x1				

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Hasil analisis dari tabel 4.20 untuk melihat pengaruh variabel Manfaat, Berdasarkan hasil perhitungan estimasi regresi, diperoleh nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*R Square*) adalah sebesar 0,387 artinya 38,7% variasi dari variabel independent (Manfaat) dapat mempengaruhi variabel dependent (Minat). sedangkan sisanya sebesar 61,3% dipengaruhi oleh variabel lainya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

**Tabel 4.21**  
**Uji Korelasi Determinasi KemudahanR2)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,781 <sup>a</sup>	0,610	0,600	2,32305
a. Predictors: (Constant), kemudahan_x3				

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Hasil analisis dari tabel 4.21 untuk melihat pengaruh variabel Kemudahan, Berdasarkan hasil perhitungan estimasi regresi, diperoleh nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*R Square*) adalah sebesar

0,610 artinya 61% variasi dari variabel independent (Kemudahan) dapat mempengaruhi variabel dependent (Minat). sedangkan sisanya sebesar 39% dipengaruhi oleh variabel lainya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

**Tabel 4.22**  
**Uji Korelasi Determinasi Manfaat, Kepercayaan, dan kemudahan (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,817	0,668	0,640	2,20321

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Hasil analisis dari tabel 4.22 untuk melihat pengaruh variabel Manfaat, kepercayaan dan kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking pada tabel uji korelasi determinasi (R<sup>2</sup>). Angka *R Square* (R<sup>2</sup>) adalah 0,668 digunakan untuk melihat besarnya pengaruh dan kontribusi yang dimiliki variabel manfaat, kepercayaan dan kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Angka *R Square* (R<sup>2</sup>) 0,668 atau setara dengan 68,8% yang memiliki arti bahwa pengaruh dan kontribusi variabel manfaat, kepercayaan dan kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking 68,8% sedangkan sisanya 31,2% dipengaruhi oleh variabel lainya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

### C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada BSI KC Palangka Raya 3.

#### 1. Faktor Manfaat ( $X_1$ ) Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Mobile Banking* Secara Parsial

Dari hasil Uji parsial variabel manfaat terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,050 dan nilai beta unstandardized sebesar 2,031 artinya nilai manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai *R square* sebesar 38,7 yang dapat diartikan bahwa variabel manfaat ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh sebesar 38,7% terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* (Y). Berdasarkan hasil tersebut maka variabel manfaat memiliki faktor positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 3.

Manfaat bagi nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Pertama Hemat Waktu, Didalam layana *mobile banking* Transfer dana, cek saldo, membuat deposito, dan lain-lain, semuanya bisa kamu lakukan di handphone kamu. Tidak perlu jauh-jauh ke datang bank, Kedua Praktis Dengan menggunakan layanan *Mobile Banking*, bayar tagihan mudah tanpa

mengganggu aktivitasmu, Ketiga Dapat memantau transaksi dan saldo rekening *24 hours real time online*. Kamu juga bisa memantau transaksi keuangan pribadimu secara real time, mengelola dana yang keluar maupun masuk di rekening dengan *Mobile Banking*, Keempat Gratis, dalam layanan *Mobile banking* yang ditawarkan bank biasanya tidak mengenakan biaya pendaftaran, aktivasi maupun administrasi bulanan, Kelima Aman, dalam menggunakan layanan *mobile banking* Dalam menggunakan fitur-fitur di *mobile banking* biasanya terdapat kode verifikasi, PIN dan sistem keamanan yang telah distandarisasi pihak bank.<sup>50</sup>

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Bastian Amanullah dengant judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan *Mobile Banking*” Bastian Amanullah menyatakan dalam penelitiannya bahwa manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking*

## 2. Faktor Kepercayaan ( $X_2$ ) Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*.

Dari hasil Uji parsial variabel kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,761 dan nilai beta unstandatdized sebesar -0,306 artinya nilai kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* yang ada di BSI KC palangka raya 3.

---

<sup>50</sup> [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id)



Kepercayaan adalah kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang dipercaya. Sedangkan menurut kutipan Budi menyatakan bahwa kepercayaan adalah keyakinan penyedia jasa dapat menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan, serta kemauan atau keyakinan mitra pertukaran untuk menjalin hubungan jangka panjang untuk menghasilkan kerja yang positif. Seiring maraknya kejahatan internet, keamanan dan kerahasiaan menjadi sangat dalam penggunaan *mobile banking*. Isu keamanan dan kerahasiaan menjadi isu yang paling diperhatikan oleh pengguna dalam penggunaan teknologi informasi.<sup>51</sup>

Kebanyakan pengguna tidak memahami resiko keamanan dan kerahasiaan dari *Mobile banking*. Pengguna beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan dari teknologi informasi *mobile banking*. belum tentu sebuah bank besar, keamanan dan kerahasiaan data nasabah terjaga dengan baik.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian mario ledesman dengan judul “ pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*” mario ledesman menyatakan dalam penelitiannya bahwa kepercayaan tidak memiliki faktor terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup>Junai Al Fian, “Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya”, *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* Vol. 5, No. 6, 2016, h. 4.

<sup>52</sup> Mario Ledesman, “ *Pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layana mobile banking*” Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2018.

3. Faktor Kemudahan Penggunaan ( $X_3$ ) Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*.

Dari hasil Uji parsial variabel kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai beta unstandardized sebesar 4,749 artinya nilai kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai *R square* sebesar 61 yang dapat diartikan bahwa variabel kemudahan ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh sebesar 61% terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* (Y). Berdasarkan hasil tersebut maka variabel kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 3.

Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya.<sup>53</sup>

Konsep kemudahan penggunaan menunjukkan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakan.

Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan sistem informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan

---

<sup>53</sup> Davis, *Op. Cit*, h. 318.

pemakainya. Konsep ini memberikan pengertian bahwa apabila sistem informasi mudah digunakan, maka pengguna cenderung untuk menggunakan informasi tersebut

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Tjayono dengan judul “Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan *mobile Banking*”. Tjayono menyatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap positif penggunaan *mobile banking*.

4. Faktor manfaat, kepercayaan, kemudahan layanan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

Dari hasil Uji Simultan variabel Manfaat, Kepercayaan, dan kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai beta unstandatdized sebesar 24,119 artinya nilai manfaat, kepercayaan dan kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai *R square* sebesar 66,8 yang dapat diartikan bahwa variabel kemudahan (X3) mempunyai pengaruh sebesar 66,8% terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* (Y).

Faktor yang paling berpengaruh dalam menggunakan layanan *mobile banking* adalah faktor kemudahan dilihat dari hasil uji t signifikansi sebesar 0,000 dan nilai beta unstandatdized sebesar 4,749 artinya nilai kemudahan

berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil pengolahan data dan analisis data dalam penelitian yang membahas tentang “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* di BSI KC Palangka Raya 3” maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* yang dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,031 dan tingkat probabilitas signifikan  $0,050 < 0,05$  Dengan demikian  $H_1$  diterima.
2. Variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0,306 dan nilai signifikan  $-0,306 < 0,05$  dengan demikian  $H_2$  ditolak.
3. Variabel kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* yang dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,749 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , dengan demikian  $H_3$  diterima.
4. Variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* berdasarkan pengujian perbandingan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 24,119 dan nilai signifika sebesar 0,000 dengan demikian  $H_4$  diterima.

## B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari penelitian, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk pihak Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 3 optimalkan dan tingkatkan lagi server dalam pelayanan menggunakan aplikasi *Mobile Banking*.
2. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di masa yang akan datang, perlu lebih memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*, meningkatkan variabel lain, dan memungkinkan lebih banyak responden untuk berpartisipasi dalam melakukan penelitian.
3. Untuk Nasabah pengguna layanan *mobile banking* harus tetap berhati-hati ketika melakukan transaksi, karena tidak semua menjadi tanggung jawab pihak bank.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

Departemen Agama. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015.

Zulganef, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, h. 133.

Wawancara Asikin Nur di Palangka Raya 18 Agustus 2021

Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Grup, 2011.

M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* Bandung: Alfabeta, 2010.

Wawancara Gusdika Fajar Nur Rahman di Palangka Raya 8 januari 2021.

Fajri Ismail, *statistika untuk penelitian pendidikan dan ilmu-ilmu sosial*, jakarta 2018.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015.

Riduwan, *Pengantar Statistika Sosial*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Feddy Rangkuti, *Marketing Analysis Made Easy*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005.

Toto Syatori Nasehudin & Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.

Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keprilakuan*. Penerbit ANDI. Yogyakarta. H, 22

Said Kelana Asnawi dan Chandra Wijaya, *Riset Keuangan: Pengujian-pengujian Empiris*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005.

Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.



Nikolaus Duli, *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, Yogyakarta: Deepublish, 2019.

Freddy Rangkuti, *The power of brands: teknik mengelola brand equity dan strategi pengembangan merek + analisis kasus dengan spss*, Jakarta: PT gamedia pustaka utama, 2002.

Sandu siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta, 2015.

Sugioyno, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2015.

Danang Sunyoto, *Metode Penelitian Ekonomi: Alat Statistik dan Analisis Output Komputer*, Yogyakarta: CAPS, 2011,.

Freddy Rangkuti, *The power of brands: teknik mengelola brand equity dan strategi pengembangan merek + analisis kasus dengan spss*, Jakarta: PT gamedia pustaka utama, 2002.

Hariadi Sarjono dan Winda Julianita, *SPSS vs LISREL sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat, 2011.

Suyono, *Analisis Regresi untuk Penelitian*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.

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

## **J. Jurnal**

Junai Al Fian, “Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya”, *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* Vol. 5, No. 6, 2016.

Melanie, dan M. Taufiq, "Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di Surabaya", *Dinamika Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi dan Manajemen* Vol. 3, No.1, (2020). hlm 1.

Hanif et al, “Analisis Minat Pengguna Mobile Banking dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang Telah Dimodifikasi”, *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 4, No. 1, 2017, h. 24.

## K. Skripsi

Jumaini, “Sistem Layanan Mobile Banking Dalam Menarik Nasabah” Skripsi, Ekonomi Islam, Riau, 2012.

Nur Aziroh, & Mahmudatus Sa’diyah “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna Mobile Banking, Juni 2013, h. 120.

Syamsul Hadi Novi, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*, skripsi, (Universitas Islam Indonesia, 2015), h. 58

Angela, Maya. 2014. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT BRI Cabang Ahmad Yani Makassar. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Bastian Amanullah. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking. Skripsi Manajemen, Semarang, 2014.

Yulianti, Rosita, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Ketersediaan Fitur, Biaya, Dan Risiko Terhadap Penggunaan Mobile banking Di BNI Syariah KC Surakarta”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta, 2019).

Rizki Panggih Dwi Isttiarni (2014), “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan mobile Banking dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris : Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia)”. h.25

Syamsul Hadi Novi, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*, skripsi, (Universitas Islam Indonesia, 2015), h. 58.

Imam Sugih Rahayu, “Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model” (Skripsi, Perbankan Syariah, Yogyakarta, 2015), h. 26.

## L. internet

Sofyan Bachmid, *Konsep Kualitas Layanan dan Implikasinya* terhadap kepuasan nasabah. <https://www.academia.edu>. Diunduh pada Selasa, 18 Januari 2021.

[www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id)

[https://www.ir-bankbsi.com/corporate\\_history.html](https://www.ir-bankbsi.com/corporate_history.html) diakses pada tanggal 24 Agustus 2021 pukul 19.30 WIB.

