

**PENGARUH PENGETAHUAN, FITUR LAYANAN, MANFAAT
DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM
MENGUNAKAN BSI *MOBILE BANKING* PADA TAHUN 2021
(Studi Kasus pada BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto)**

**SKRIPSI
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

oleh:

Alvina Mutia Hendarti

NIM : G04218006



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya Alvina Mutia Hendarti (G04218006), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta merupakan bukan hasil plagiasi dari karya orang lain. Skripsi ini juga belum pernah diajukan guna untuk mendapatkan gelar akademik
2. Skripsi saya tidak terdapat karya yang telah ditulis kecuali telah tertulis oleh penulis dan dicantumkan pada daftar pustaka
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidaksamaan dengan pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh

Surabaya, 25 Juni 2022



Alvina Mutia Hendarti

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Fitur Layanan, Manfaat dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan BSI Mobile banking Pada Tahun 2021 (Studi Kasus Pada BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto)” yang ditulis oleh Alvina Mutia Hendarti NIM G04218006 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 27 Juni 2022



Ana Toni Roby Candra Yudha, S.EI., M.SEI

NIP. 201603311

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Alvina Mutia Hendarti NIM G04218006 ini telah dipertahankan dan disetujui di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Kamis, 07 Juli 2022 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam prodi Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi

Penguji I,



Ana Toni Roby Candra Yudha, S.EI., M.SEI

NIP. 201603311

Penguji II,



Andhy Permadi, M.Kom

NIP.198110142014031002

Penguji III,



Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.EI

NIP. 198106062009012008

Penguji IV,



Rianto Anugerah Wicaksono, S.T., M.SEI

NIP. 198508222019031011

Surabaya, 24 Juni 2022

Mengesahkan,
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,



Dr. Sirajul Arifin, S. Ag., S.S., M.E.I.

NIP. 197005142000031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Alvina Mutia Hendarti
NIM : G04218006
Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah
E-mail address : alvinamutia0@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGARUH PENGETAHUAN, FITUR LAYANAN, MANFAAT DAN KEMUDAHAN

TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN BSI MOBILE

BANKING PADA TAHUN 2021 (Studi Kasus BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 Januari 2023

Penulis

(Alvina Mutia Hendarti)

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Fitur Layanan, Manfaat dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan BSI Mobile banking Pada Tahun 2021 (Studi Kasus pada BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto)”. Dengan tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari pengetahuan, fitur layanan, manfaat dan kemudahan terhadap minat nasabah BSI Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI mobile banking Pada Tahun 2021. Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 100 responden dari populasi pengguna mobile banking nasabah BSI Mojopahit 2 Kota Mojokerto pada tahun 2021.

Adapun analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan persamaan yaitu $Y = 1,433 + 0,175 X_1 + 0,184 X_2 + 0,219 X_3 + 0,191 X_4 + e$. Dan pada uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, fitur layanan, manfaat dan kemudahan berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama pada variabel minat nasabah sebesar 36,197. Sedangkan pada uji t (parsial) menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat nasabah dengan hasil t hitung sebesar $3,378 > 1,985$ dengan signifikansi $0,001 < 0,05$. Secara parsial variabel fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah dengan nilai hitung sebesar $2,249 > 1,985$ dengan signifikansi $0,027 < 0,05$. Secara parsial variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah dengan nilai t hitung sebesar $2,585 > 1,985$ dengan signifikansi $0,011 < 0,05$. Secara parsial variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah dengan nilai t hitung sebesar $2,906 > 1,985$ dengan signifikansi $0,005 < 0,05$. Variabel yang berpengaruh paling dominan yakni variabel manfaat dengan standardized coefficients beta sebesar 0,266.

Berdasarkan hasil penelitian ini, perbankan syariah diharapkan dapat memberikan informasi seputar pengetahuan mengenai BSI mobile banking dengan jelas dan mempertahankan serta memaksimalkan fitur layanan.

Kata Kunci: Pengetahuan, Fitur layanan , Kemudahan, Minat

ABSTRACT

Thesis entitled "The Influence of Knowledge, Service Features, Benefits and Ease of Customer Interest in Using BSI Mobile banking in 2021 (Case Study at BSI KCP Mojopahit 2 Mojokerto City)". With the aim of knowing the magnitude of the influence of knowledge, service features, benefits and convenience on the interest of BSI Mojopahit 2 Mojokerto City customers in using BSI mobile banking in 2021. This study uses quantitative research. The sample used in this study amounted to 100 respondents from the mobile banking user population of BSI Mojopahit 2 Mojokerto City customers in 2021.

The analysis used in this study is multiple linear regression analysis using the IBM SPSS 24 application. The results of this study show the equation that is $Y = 1.433 + 0.175 X_1 + 0.184 X_2 + 0.219 X_3 + 0.191 X_4 + e$. And the F test (simultaneously) shows that the variables of knowledge, service features, benefits and convenience have a significant effect simultaneously or together on the customer interest variable of 36,197. While the T test (partial) shows that the knowledge variable has a significant partial effect on customer interest with the t-count result of $3.378 > 1.985$ with a significance of $0.001 < 0.05$. Partially the service feature variable has a significant effect on the customer interest variable with a t value of $2.249 > 1.985$ with a significance of $0.027 < 0.05$. Partially, the benefit variable has a significant effect on the customer interest variable with a t-count value of $2.585 > 1.985$ with a significance of $0.011 < 0.05$. And partially the convenience variable has a significant effect on the customer interest variable with a t-count value of $2.906 > 1.985$ with a significance of $0.005 < 0.05$. And the most dominant influential variable is the benefit variable with standardized coefficients beta of 0.266.

Based on the results of this study, Islamic banking is expected to be able to provide information about knowledge about BSI mobile banking clearly and maintain and maximize service features, benefits and ease of use of mobile banking in order to increase customer interest so that the BSI mobile banking application becomes the main choice. in transactions.

Keywords: Knowledge, Service Features, Benefits, Convenience, Interests, Mobile banking

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II.....	14
LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Mobile banking.....	14
2.2 Perbankan Syariah.....	16
2.3 Pengetahuan.....	17
2.4 Fitur layanan.....	21
2.5 Manfaat.....	23
2.6 Kemudahan.....	25
2.7 Minat.....	28
2.8 Penelitian Terdahulu.....	31
2.9 Kerangka Konseptual	35
2.10 Hipotesis	36

BAB III.....	37
METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	37
3.3 Populasi dan Sampel.....	38
3.4 Variabel Penelitian.....	40
3.5 Definisi Operasional.....	41
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
3.7 Data dan Sumber Data.....	45
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.9 Teknik Analisis Data.....	48
BAB IV.....	58
HASIL PENELITIAN.....	58
4.1 Profil Bank Syariah Indonesia.....	58
4.2 Karakteristik Responden.....	62
4.3 Hasil Analisis Data.....	66
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	68
4.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	71
4.6 Uji Hipotesis.....	73
4.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	77
BAB V.....	78
PEMBAHASAN.....	78
5.1 Temuan Penelitian.....	78
5.2 Pengaruh Parsial.....	78
5.3 Pengaruh Simultan.....	93
5.4 Uji Dominan.....	95
BAB VI.....	96
PENUTUP.....	96
6.1 Kesimpulan.....	96
6.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	64
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	65
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 4.12 Hasil Uji F (Simultan).....	76
Tabel 4.13 Hasil Uji T (Parsial).....	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	77

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peningkatan Presentase Penetrasi Internet di Indonesia	2
Gambar 1.2 Produk Keuangan yang Paling Banyak Digunakan 2021	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	35
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto	60



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

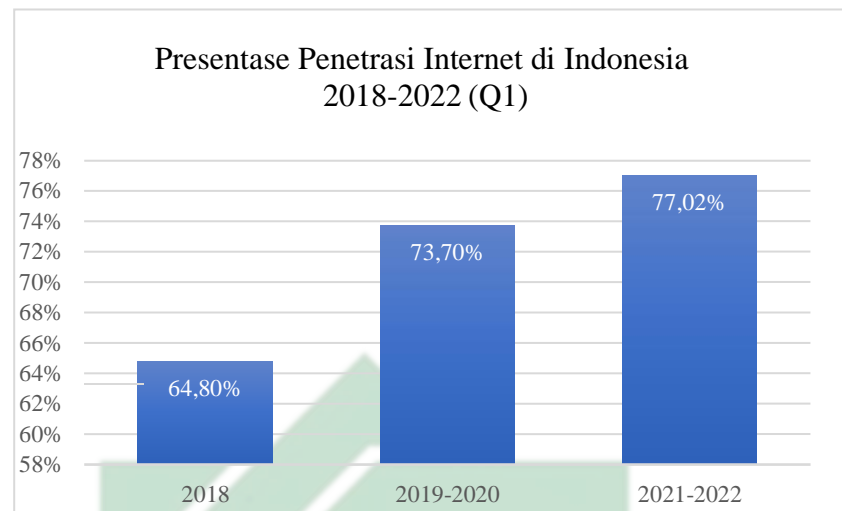
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan kemajuan teknologi dan informasi saat ini berkembang sangat begitu pesat, sehingga tidak dapat dipungkiri teknologi dan informasi telah mendatangkan transformasi yang besar untuk kesuksesan suatu organisasi. Dampak positif bagi masyarakat yakni semakin cepat dan mudahnya untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan. Oleh sebab itu, yang menjadi tujuan dan poin terpenting dalam perkembangan teknologi dan informasi adalah sebagai bentuk perubahan di setiap aspek kehidupan seseorang untuk menjadi yang lebih baik lagi sehingga dapat memberi pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan data hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) terkait presentase Internet di Indonesia yang dirilis pada bulan Juni 2022 menyatakan bahwa jumlah pengguna internet pada rentang tahun 2018–2022 mengalami peningkatan yang dipengaruhi oleh pandemi covid-19. Dapat dilihat pada gambar 1.1 penetrasi internet di Indonesia tahun 2021-2022 mencapai 77,02%, hal ini menunjukkan mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Berdasarkan survei APJII terbaru, sebelum pandemi jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 175 juta orang sedangkan saat ini sudah mencapai 220 juta orang.



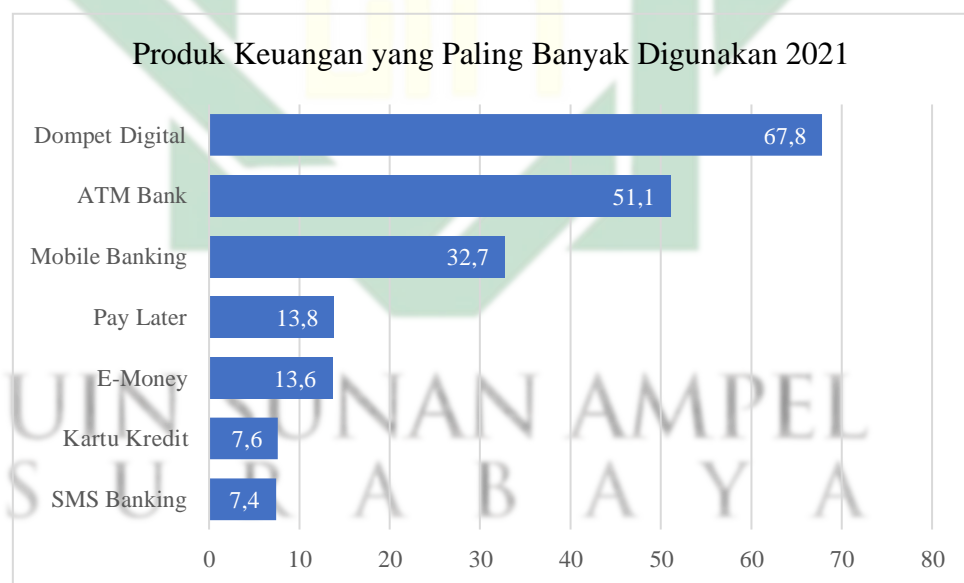
Sumber: APJII Profil Internet Indonesia, data diolah (2022)

Gambar 1.1 Presentase Penetrasi Internet di Indonesia 2018-2022 (Q1)

Perkembangan teknologi informasi mempunyai dampak yang sangat besar terhadap daya saing perusahaan salah satunya terhadap sektor bisnis, tidak terkecuali yakni dalam sektor industri perbankan di Indonesia. Perbankan adalah suatu lembaga keuangan yang memegang penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di suatu negara (Vadly et al., 2021). Perbankan harus mampu memberikan pelayanan yang dapat menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan nasabah, seperti penawaran transaksi yang cepat, aman dan nyaman melalui teknologi dan informasi di era modern saat ini. Keberhasilan dalam mengembangkan inovasi produk dan layanan dapat dilihat dari kemampuan manajemen perusahaan dalam mengadopsi suatu teknologi baru yang diharapkan dapat bertambahnya minat dan kesetiaan pada nasabah (Pranoto & Setianegara, 2020).

Berdasarkan gambar 1.2 dari situs Databoks merilis artikel pada Januari 2022 bersama Katadata Insight Center (KIC) melakukan survei bertajuk

“Produk Keuangan yang Paling Banyak Digunakan Tahun 2021” menunjukkan bahwa pengguna dompet digital dan atm bank lebih banyak daripada pengguna mobile banking. Pengguna mobile banking tahun 2021 tercatat sebesar 32,7%. Bank Indonesia (BI) mencatat per bulan Februari 2022 nilai transaksi mobile banking meningkat menjadi 46,53%. Hal ini membuktikan bahwa terjadi lonjakan penggunaan mobile banking dari tahun sebelumnya. Pembayaran dilakukan melalui system digital ini memberikan kemudahan kepada penggunanya yang akan melakukan aktivitas keuangannya, sehingga tidak perlu membawa uang tunai yang banyak (Yudha et al., 2020).



Sumber: Databoks Katadata Insight Center (KIC), Zig.id

Gambar 1.2 Produk Keuangan yang Paling Banyak Digunakan 2021

Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya beragama muslim, dimana memiliki potensi yang besar untuk menjadi pusat pengembangan ekonomi dan keuangan syariah dan juga

produsen produk halal dunia. Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), jumlah penduduk muslim di Indonesia sebanyak 237,53 juta jiwa per 31 Desember 2021. Sebagai negara dengan penduduk beragama Islam terbesar di dunia, namun pertumbuhan pangsa pasar Bank Syariah di Indonesia masih jauh tertinggal dari bank konvensional. Berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per september 2021 pangsa pasar Bank Syariah berada pada angka 6,52%, hal ini mengalami pertumbuhan positif meskipun tidak naik signifikan. OJK menilai pertumbuhan positif tersebut menunjukkan bahwa layanan perbankan syariah yang semakin dipercaya oleh masyarakat.

Perbankan syariah diharapkan mampu terus berinovasi salah satunya dengan memperkuat layanan digital sehingga berkembang pada industri perbankan syariah dan dapat bersaing di pasar. Tolak ukur minat seorang nasabah yakni dari bagaimana seorang calon nasabah dapat tertarik dengan kemampuan bank menawarkan suatu produk atau layanan yang tersedia. Minat adalah rasa ketertarikan dan rasa yang menunjukkan kesukaan pada suatu aktivitas atau suatu hal, tanpa ada unsur keterpaksaan (Slameto, 2010). Oleh sebab itu, pihak perbankan harus terus melaksanakan inovasi pelayanan perbankan dengan tujuan memberi pelayanan prima pada para nasabahnya dan mengikuti perkembangan yang ada serta pola perilaku dan sikap masyarakat.

Adanya perkembangan teknologi saat ini layanan yang ditawarkan oleh bank syariah yakni penggunaan mobile banking. Layanan mobile banking ini sudah dimiliki hampir di seluruh perbankan konvensional maupun syariah. Mobile banking merupakan sebagai strategi pada sektor perbankan dengan tujuan meningkatkan daya tarik dan minat nasabah dibidang pelayanan jasa keuangan (Sharma, 2011). Mobile banking adalah inovasi yang diluncurkan oleh perbankan guna melakukan transaksi dengan suatu aplikasi melalui penggunaan telepon seluler. Kita dapat melakukan aktivitas transaksi keuangan tanpa harus datang ke kantor bank, hanya menggunakan telepon genggam sehingga tidak ada batasan waktu dan dapat digunakan dimana saja dan kapan saja (Marthauli, Mirati, & Vidyasari, 2019).

Sebagai bagian dari perbankan Indonesia, Bank Syariah Indonesia (BSI) juga sedang menyusun strategi untuk melakukan transformasi dan inovasi digital. Bank Syariah Indonesia merupakan hasil penggabungan usaha atau hasil merger dari anak perusahaan BUMN bidang perbankan yakni BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah yang resmi didirikan pada 1 Februari 2021. Penggabungan ketiga Bank Syariah ini, diharapkan untuk menyatukan keunggulan-keunggulan yang ada sehingga mendatangkan jangkauan lebih luas, layanan yang lebih lengkap, dan memiliki kapasitas pendanaan yang lebih baik. BSI juga meluncurkan layanan aplikasi BSI mobile banking untuk melayani seluruh kebutuhan nasabah dari kebutuhan finansial, kebutuhan sosial dan kebutuhan spiritual di era digitalisasi saat ini. Untuk menjaga pertahanan pertumbuhan kedepannya, BSI akan melakukan

peningkatan kemampuan digital, agar terus memberi manfaat yang berguna bagi masyarakat luas.

PT Bank Syariah Indonesia Tbk. (BSI) sedang berfokus untuk memperkuat layanan digital. Hal ini terlihat dari keseriusan dalam menggarap kanal digital BSI Mobile dan per Desember 2021, transaksi kumulatif BSI Mobile mencapai 124,54 juta transaksi. Direktur Utama BSI menyebutkan bahwa pengguna aktif BSI Mobile hingga Maret 2022 mencapai 3,77 juta orang. Strategi digitalisasi yang ditempuh BSI ini dapat mendorong dampak yang positif, diharapkan melalui ini dapat meningkatkan literasi perbankan syariah di Indonesia dan dapat meningkatkan kenyamanan serta kemudahan bagi nasabah dan masyarakat di era digitalisasi.

Penelitian ini dilakukan di BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto. Berdasarkan survey awal yang sudah peneliti lakukan, ditemukan informasi mengenai jumlah nasabah pasca merger menjadi BSI dan nasabah yang menggunakan layanan BSI Mobile.

Table 1.1 Jumlah Nasabah dan Pengguna Mobile Banking BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto Tahun 2021

No.	Keterangan	Jumlah Nasabah Tahun 2021
1.	Jumlah Nasabah	1660
2.	Pengguna BSI Mobile banking	1096

Sumber: BSI KCP Mojopahit 2 (2021)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pengguna BSI mobile banking KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto tahun 2021 sebanyak 1096 nasabah dari jumlah nasabah keseluruhan yakni sebanyak 1660, sekitar 62% dari jumlah keseluruhan. Banyak hal yang dapat mempengaruhi tingkat penerimaan nasabah terhadap adanya aplikasi mobile banking. Salah satunya faktor pengetahuan, pengetahuan (knowledge) menurut Notoadmodjo adalah hasil pemahaman atau hasil penginderaan seseorang terhadap suatu objek melalui indera yang dimilikinya yakni indera mata, hidung, telinga dan sebagainya. Dengan panca indera seseorang dapat mendapatkan pengetahuan dari hasil informasi yang dipahami dan dimengerti (Notoadmodjo, 2010).

BSI merupakan nama baru setelah penggabungan atas usaha dari tiga bank BUMN yakni, BRI Syariah, BNI Syariah dan Bank Mandiri Syariah sehingga masih terdapat nasabah yang belum dan tidak tahu aplikasi BSI mobile banking ini. Selain itu, masih terdapat masyarakat yang memiliki keterbatasan kemampuan dalam menggunakan smartphone untuk melakukan transaksi, sehingga masyarakat lebih memilih untuk datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi. Berdasarkan wawancara peneliti dengan salah satu nasabah disana, beliau mengatakan tidak mengetahui perubahan hasil merger dari 3 bank syariah tersebut dikarenakan memang sudah lama tidak bertransaksi melalui bank, dan memang juga domisili nasabah tersebut jauh dari perkotaan sehingga tidak mengetahui mengenai Bank Syariah Indonesia ini.

Selain itu, fitur layanan akan menjadi pertimbangan sebagai minat seseorang untuk menggunakan suatu sistem, seperti apa saja keberagaman fitur layanan, inovasi produk yang terdapat didalamnya dan lain-lain. Faktor yang tidak kalah penting yaitu kemudahan dalam penggunaan, suatu sistem dianggap mudah digunakan dan mudah dipahami tentunya akan menarik minat nasabah untuk menggunakannya secara berkelanjutan. Hal ini akan berdampak pada perilaku konsumen, semakin tinggi persepsi seseorang mengenai kemudahan suatu sistem tentunya akan semakin meningkat pula tingkat kebermanfaatan yang dirasakan (Davis, 1989).

Dalam ekonomi Islam tujuan utama tidak memposisikan aspek material saja sebagai proses aktivitas ekonominya, namun kegiatannya menghadirkan motif dan orientasi segala bentuk aktivitas ekonomi yang adil dan mensejahterakan. Suatu bentuk pencapaian dan tujuan ekonomi Islam yakni tercapainya falah. Falah artinya apabila kebutuhan manusia terpenuhi secara seimbang didunia maupun akhirat sehingga terciptanya masalahah (Syafiq, 2018). Masalahah sendiri artinya adalah segala sesuatu yang mengandung dan mendatangkan manfaat (Zuhri, 2011). Urgensi dalam penelitian ini fokus dengan adanya peningkatan perkembangan pembayaran melalui digital salah satunya yaitu mobile banking. Dimana penggunaan mobile banking ini guna meningkatkan efisiensi kegiatan operasional dan mutu pelayanan bank kepada nasabahnya sehingga nasabah dapat merasakan manfaat saat menggunakannya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Fernos & Alfadino, 2021) menyebutkan terdapat pengaruh positif signifikan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*, sedangkan manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dewi, 2018) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kemudahan dan manfaat terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*, sedangkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara fitur layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. (Toni, Ira & Toufiq, 2021) dalam jurnalnya menyebutkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kepuasan nasabah. Perbedaan hasil terkait pengaruh variable-variabel bebas terhadap variable terikat tersebut sangat menarik untuk diuji kembali. Apalagi BSI *mobile banking* ini masih baru sehingga belum banyak peneliti yang meneliti mengenai hal ini.

Berdasarkan uraian permasalahan mengenai penggunaan *mobile banking*, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih jauh lagi tentang “Pengaruh Pengetahuan, Fitur Layanan, Manfaat dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan BSI Mobile banking Pada Tahun 2021 (Studi Kasus Pada BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1.2.1 Apakah pengetahuan, fitur layanan, manfaat dan kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI mobile banking?
- 1.2.2 Apakah pengetahuan, fitur layanan, manfaat dan kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI mobile banking?
- 1.2.3 Apa variabel yang paling dominan berpengaruh antara pengetahuan, fitur layanan, manfaat dan kemudahan terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI mobile banking?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada dasarnya adalah jawaban yang ingin dicari dari rumusan masalah berdasarkan perumusan masalah yang diteliti adalah:

- 1.3.1 Untuk mengetahui apakah pengetahuan, fitur layanan, manfaat dan kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI mobile banking.
- 1.3.2 Untuk mengetahui apakah pengetahuan, fitur layanan, manfaat dan kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI mobile banking.

1.3.3 Untuk mengetahui variabel apa yang paling dominan berpengaruh antara pengetahuan, fitur layanan, manfaat dan kemudahan terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI mobile banking.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun Penelitian ini dapat memberikan manfaat adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan, wawasan dan informasi serta dan literatur bagi ilmu ekonomi syariah, khususnya pada perilaku konsumen terhadap minat nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking mengenai seberapa besar pengaruh pengetahuan, fitur layanan, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mendukung penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan masalah yang serupa mengenai mobile banking serta dapat menyempurnakan penelitian sebelumnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi kepada penggerak perbankan syariah dalam mengembangkan produk perbankan syariah mengenai pengaruh pengetahuan, fitur layanan, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat nasabah

dalam menggunakan BSI mobile banking untuk kedepannya menjadi perhatian agar menjadi lebih baik.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menggiring masyarakat yang menjadi nasabah di bank syariah untuk menggunakan produk layanan mobile banking agar bank syariah dapat bersaing dengan bank konvensional dengan memperhatikan faktor pengetahuan, fitur layanan, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara garis besar penyusunan pada skripsi ini, maka penulis membaginya menjadi enam bab yang nantinya akan dijelaskan lebih detail pada sub bab di bawahnya. Berikut uraian penjelasan dari enam bab dalam sistematika penulisan pada penelitian ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dikemukakan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan teori –teori yang berhubungan dengan penelitian yaitu: pengetahuan, fitur layanan, manfaat, kemudahan dan minat sehingga dapat mengemukakan suatu hipotesis dan variabel penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini diuraikan tentang metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini yang digunakan untuk menjawab hipotesis. Pada bab ini terdiri

dari beberapa subbab diantaranya: jenis pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, data dan jenis data, teknik pengumpulan data, definisi operasional, teknik pengukuran data, uji instrumen, dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini akan menjabarkan terkait hasil penelitian atau output dari pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti untuk menjawab permasalahan yang sedang diteliti. Dan pada bab ini pula akan memberikan gambaran hasil penelitian dalam bentuk analisa data yang akan dijelaskan pada bab selanjutnya.

BAB V : PEMBAHASAN

Bab ini merupakan pemaparan terkait hasil analisa data yang telah dijawabkan dan diinterpretasikan dengan teori – teori pengetahuan, fitur layanan, manfaat, kemudahan dan minat yang di dapat dari penelitian-penelitian terdahulu.

BAB VI : PENUTUP

Bagian akhir ini terdiri dari kesimpulan yang merupakan jawaban dari penelitian ini. Serta saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat dalam membantu manajemen perusahaan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Mobile banking

2.1.1 Definisi Mobile banking

Menurut (Muktisar, Ismail, & Evriyenni, 2021) mobile banking merupakan suatu layanan perbankan inovatif yang ditawarkan oleh bank, dimana aktivitas transaksi keuangan dilakukan dengan cara non tunai melalui ponsel atau smartphone untuk memberikan kemudahan dan kelancaran dalam kegiatan perbankan. Hal ini menjadi sebuah peluang bagi perbankan dalam memberikan nilai tambah kepada para nasabah. Dalam (Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bacmid, & Abdul Jalil, 2021) mobile banking merupakan salah satu layanan yang disediakan oleh pihak bank dengan tujuan agar nasabah dapat setiap saat melakukan aktivitas keuangannya, tanpa harus langsung datang ke bank tersebut. Kemudahan menggunakan mobile banking tidak dapat berjalan, bila tidak didukung dengan ponsel dan adanya jaringan internet. Setiap orang yang memiliki ponsel dan menggunakan mobile banking, dapat memanfaatkan layanan ini, dimana saja dan kapan saja.

Jika transaksi keuangan yang sebelumnya dilakukan secara manual yakni harus datang langsung ke bank, saat ini nasabah sudah bisa tanpa harus langsung mengunjungi ke bank dengan hanya

menggunakan ponsel yang dimilikinya. Hal ini dapat mengurangi usaha seseorang dengan menghemat waktu dan tenaga. Secara tidak langsung seseorang telah mengikuti perkembangan teknologi yang semakin maju ini agar tidak digunakan untuk berkomunikasi saja, sehingga dapat lebih memanfaatkan ponsel sebagai media bertransaksi atau berbisnis. Dalam (Vadly et al., 2021) fitur – fitur yang tersedia pada layanan mobile banking antara lain layanan informasi meliputi informasi pengecekan saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, informasi lokasi cabang terdekat dan lain-lain. Selain itu tersedia layanan transaksi meliputi transfer dana, pembayaran tagihan, pengisian isi pulsa, pembuatan deposito dan berbagai fitur lainnya.

2.1.2 Keuntungan Mobile banking

Dalam (Alimuddin, Nurdin, & Amalia, 2020) terdapat keuntungan tersendiri apabila menggunakan mobile banking untuk bertransaksi yakni sebagai berikut:

- a. Fleksibel, transaksi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja tanpa harus datang langsung ke bank.
- b. Efisien, hanya menggunakan smartphone sudah dapat melakukan bertransaksi sehingga waktu lebih efisien.
- c. Aman, mobile banking menjamin keamanan bagi setiap penggunanya karena dilengkapi dengan User ID dan PIN yang

dimana bersifat rahasia pribadi sehingga tidak diketahui oleh orang lain.

2.2 Perbankan Syariah

2.2.1 Definisi Bank Syariah

Secara garis besar, bank diartikan sebagai suatu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya yaitu menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Dana dari masyarakat dihimpun dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk kredit, pinjaman, maupun pembiayaan dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Hal ini sesuai dengan UU No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Selain itu, bank juga menyediakan berbagai layanan jasa, yaitu seperti mengedarkan mata uang, memberikan pinjaman, membiayai usaha perusahaan yang membutuhkan, melakukan pengawasan terhadap mata uang, dan lain-lain.

Menurut pasal 1 dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syari'ah menjelaskan bahwa bank syariah merupakan lembaga yang berfungsi sebagai menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat, yang sistem operasi kegiatan usahanya menurut hukum Islam yakni sesuai Al-Qur'an dan Al-Hadis. Menurut syariat Islam terdapat larangan dalam operasional perbankan syari'ah yakni larangan riba gharar, maysir, zalim, maupun objek lain yang

bersifat haram. Sebagaimana firman Allah tentang riba sudah tercantum dalam Al-Baqarah ayat 275, yang berbunyi sebagai berikut:

اَيُّكُم مَّن ذُنِبَ عَلَيْهِ اِنْتِزَاعُ مَالِهِ اِذْ كَانَ يَدْعُو بِالرِّبَا اِثْنَيْنِ وَاثْنَيْنِ
 اَوْ اَثْنَيْنِ ذَا اُولٰٓئِكَ يَرْجُو اَصْحَابَ مَالِهِمْ اَنْ يَّخَذُوهُم بِالرِّبَا اِثْنَيْنِ
 وَاثْنَيْنِ اَوْ اَثْنَيْنِ ذٰلِكَ اِثْمُ الرِّبَا الَّذِي هُوَ اَكْبَرُ اِثْمًا

اَيُّكُم مَّن ذُنِبَ عَلَيْهِ اِنْتِزَاعُ مَالِهِ اِذْ كَانَ يَدْعُو بِالرِّبَا اِثْنَيْنِ
 وَاثْنَيْنِ اَوْ اَثْنَيْنِ ذٰلِكَ اِثْمُ الرِّبَا الَّذِي هُوَ اَكْبَرُ اِثْمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.”

2.3 Pengetahuan

2.3.1 Definisi Pengetahuan

Kata ilmu berasal dari bahasa Arab ‘ilm (‘alima-ya’lamu-‘ilm) yang artinya pengetahuan (Al-Ma’rifah), dalam Bahasa Indonesia ‘ilm diartikan menjadi ‘ilmu’ atau ‘ilmu pengetahuan’. Kemudian pengetahuan dikembangkan menjadi sesuatu yang dapat dipahami maupun dimengerti secara mendalam. Dalam perspektif Islam, ilmu merupakan pengetahuan secara mendalam dari hasil usaha yang sungguh-sungguh dari para ilmuwan muslim (ulama) atas persoalan dunia dan persoalan akhirat dengan bersumber kepada wahyu Allah. Ilmu dalam kitab suci Al-Qur’an juga terdapat ayat-ayat yang langsung maupun tidak langsung yang mengandung pengembangan

ilmu dan juga aktivitas ilmiah, seperti manusia diperintahkan untuk



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

menalar, berpikir, merenung, memahami dan sebagainya (Muhammad Kosim, 2008). Al-Qur'an juga menjelaskan dalam melakukan berbagai aktivitas penting untuk melibatkan tanggung jawab yang didukung ilmu pengetahuan (intelektual) dan keterampilan yang dimiliki (Shihab, 2007).

Sebagaimana yang terdapat dalam al-Qur'an Surah Al-Mujadalah ayat 11, yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا اِذَا دُعِيَكَ لِمَا لَمْ يَكُنْ لَكَ مِنْ شَيْءٍ فَاجْعَلْ لِّهٖ سَبِيْلًا
 ذٰلِكَ اَتَّخَذُ الْاٰمَنُوْنَ اَسْوَابًا ۗ وَاِذَا دُعِيَكَ لِمَا لَمْ يَكُنْ لَكَ مِنْ شَيْءٍ فَاجْعَلْ لِّهٖ سَبِيْلًا
 قَوْلًا لِّنَّاسٍ لَّا تَشْرُوْا بِهٖ شَرْوًا بَدِيْعًا ۗ لِّلَّذِيْنَ اٰمَنُوْا مِنْكُمْ وَهِيَ كَمِثْلِ حَبِّ الْاَلْفِ لَنْ يَّكُوْنَ لَكَ مِنْهَا حَسْرَةٌ اِذَا دُعِيَكَ لِمَا لَمْ يَكُنْ لَكَ مِنْ شَيْءٍ فَاجْعَلْ لِّهٖ سَبِيْلًا
 وَهِيَ كَمِثْلِ حَبِّ الْاَلْفِ لَنْ يَّكُوْنَ لَكَ مِنْهَا حَسْرَةٌ اِذَا دُعِيَكَ لِمَا لَمْ يَكُنْ لَكَ مِنْ شَيْءٍ فَاجْعَلْ لِّهٖ سَبِيْلًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, “Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis,” maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan, “Berdirilah kamu,” maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Maha teliti apa yang kamu kerjakan”

Ayat tersebut menjelaskan bahwasanya Allah akan meningkatkan derajat bagi orang-orang yang beriman dan orang-orang yang berilmu. Orang yang beriman dan berilmu, memiliki kedudukan yang mulia di hadapan Allah. Dalam Islam setiap muslim, belajar

merupakan suatu kewajiban. Seseorang belajar tentu akan mendapat ilmu yang bermanfaat. Di era yang maju seperti ini, seseorang harus dapat mengikuti kemajuan zaman dikarenakan telah bertumbuh dan berkembang pesatnya dalam segala bidang. Oleh sebab itu, sangatlah penting bagi umat muslim belajar agar dapat mengikuti perkembangan dunia yang begitu pesat, dari belajarliah seseorang akan mendapat pengetahuan (Muhammad Kosim, 2008).

Pengertian pengetahuan (knowledge) menurut Notoadmodjo adalah hasil pemahaman atau hasil penginderaan seseorang terhadap suatu objek melalui indera yang dimilikinya yakni indera mata, hidung, telinga dan sebagainya. Dengan panca indera seseorang dapat mendapatkan pengetahuan dari hasil informasi yang dipahami dan dimengerti (Notoadmodjo, 2010). Pengetahuan konsumen adalah suatu informasi yang dapat diketahui, dan dapat dipahami oleh customer dari dipasarkannya suatu produk (barang) atau jasa, sehingga mampu memberikan manfaat serta dapat mempengaruhi konsumen bila menggunakan produk atau jasa tersebut. Oleh karena itu dengan pengetahuan melalui informasi yang didapat tentang produk tersebut, dan secara tidak langsung dapat mempengaruhi orang lain untuk menggunakan produk tersebut (Hasibuan & Wahyuni, 2020).

2.3.2 Indikator Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo dalam (Nasir, Mukhlis, & Miskarina, 2017) pengetahuan yang cukup di dalam domain kognitif mempunyai indikator, sebagai berikut:

2.3.2.1 Tahu

Tahu yang artinya untuk mengingat suatu hal yang telah dipelajari sebelumnya dan mengingat kembali (recall) sesuatu yang lebih spesifik dari seluruh suatu yang telah dipelajari atau rangsangan yang telah diterima.

2.3.2.2 Memahami

Memahami merupakan suatu kemampuan untuk memperjelas dan menginterpretasikan mengenai objek dan materi yang diketahui dengan benar.

2.3.2.3 Aplikasi

Aplikasi berarti mampu mengaplikasikan atau menerapkan mengenai materi yang telah dipelajarinya.

2.3.2.4 Analisis

Analisis diartikan usaha dalam mengamati sesuatu secara mendetail dengan cara menguraikan komponen-komponen pembentuknya atau menyusun komponen tersebut untuk dikaji lebih lanjut.

2.3.2.5 Sintesis

Sintesis diartikan pada suatu kemampuan sebagai meletakan atau menyusun bagian-bagian dari bentuk formulasi yang telah ada dan formulasi yang baru. Misal mampu meringkas, menyusun materi yang telah dibaca dengan kata-kata yang ada maupun menggunakan kata-kata sendiri.

2.3.2.6 Evaluasi

Evaluasi berarti suatu kemampuan untuk melakukan penilaian-penilaian atau justifikasi pada suatu objek atau materi yang berdasarkan pada kriteria yang ada mapun yang ditentukan sendiri.

2.4 Fitur layanan

2.4.1 Definisi Fitur Layanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, fitur merupakan karakteristik khusus yang ada pada suatu alat (ponsel, televisi dan sebagainya) dan suatu kemampuan, fungsi atau desain khusus yang terdapat pada perangkat lunak maupun perangkat keras. Menurut Schmiit dalam (Widianingrum, 2021) fitur adalah karakteristik sebagai pendukung dalam fungsi yang ada pada suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu layanan dan produk. Fitur ini yang

dianggap penting oleh konsumen sebagai dasar pengambilan keputusan dalam menggunakan suatu produk.

Layanan atau pelayanan merupakan tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya yang telah menggunakan suatu produk (Kotler, P., & Keller, 2012). Layanan kepada konsumen menjadi faktor penting dalam menjalin loyalitas dengan pelanggan. Salah satu layanan konsumen adalah fitur layanan, dengan fitur layanan dapat menarik perhatian konsumen serta meningkatkan kepercayaan konsumen sebagai minat atau tidaknya seseorang dalam menggunakan suatu produk. Fitur layanan dapat menjadi produk yang diunggulkan, ketika mampu mencakup kebutuhan para konsumen, sehingga konsumen pun akan merasa puas dan nyaman saat menggunakan produk tersebut.

2.4.2 Indikator-indikator fitur layanan

Menurut (Poon, 2008) terdapat beberapa indikator-indikator yang digunakan sebagai mengukur fitur layanan adalah sebagai berikut:

a. Kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa

Maksud dari kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa disini yakni mengenai mudahnya konsumen ketika mengakses informasi yang terdapat pada produk dan jasa suatu fitur layanan yang digunakan. Kemudahan tersebut seperti saat mengakses spesifikasi, jenis, keadaan, jumlah produk yang ditawarkan dan lain sebagainya.

b. Keberagaman layanan transaksi

Berbagai layanan transaksi tersedia dalam fitur layanan, yang digunakan untuk mempermudah konsumen dalam bertransaksi sesuai dengan kebutuhannya.

c. Keberagaman fitur

Berbagai fitur yang ditawarkan dalam suatu produk dapat membantu konsumen mengetahui fitur-fitur yang tersedia dan menggunakan sesuai dengan kebutuhannya.

d. Inovasi produk

Untuk meningkatkan rasa minat konsumen dalam menggunakan suatu produk dapat dilakukan dengan melakukan inovasi produk atau dengan menciptakan produk baru sehingga produk tersebut dapat menjadi pembeda dengan produk lain.

2.5 Manfaat

2.5.1 Definisi Manfaat

Menurut (Fadhli, 2016) mengatakan bahwa persepsi manfaat merupakan *capable of being used advantageously*, artinya sesuatu yang penggunaannya dengan tujuan untuk menguntungkan seseorang, sehingga dapat merasakan manfaatnya ketika memakainya. Menurut (Davis, 1989) dalam (Nurdin et al., 2021), persepsi manfaat di definisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang mempercayai bahwa pemakaian suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja seseorang dalam bekerja, yang berarti

bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan produktivitas kinerja seseorang yang memakai fasilitas tersebut. (Widianingrum, 2021) mengemukakan bahwa kebermanfaatan teknologi dapat dirasa kurang maksimal jika kegunaan teknologi tersebut juga dijalankan dengan terbatas sehingga manfaatnya menjadi kurang maksimal, oleh karena itu manfaat akan dirasakan oleh masing-masing individu tergantung seberapa mahir mereka mampu memanfaatkan dan mengoperasikan teknologi tersebut dengan baik dan benar. Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi manfaat suatu system yang berhubungan dengan produktifitas dan efektivitas yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja seseorang ketika menggunakan system tersebut.

2.5.2 Indikator Manfaat

Dalam (Nurdin et al., 2021) terdapat beberapa indikator dalam persepsi kemanfaatan penggunaan teknologi informasi yakni sebagai berikut:

2.5.2.1 Menjadi lebih mudah (Makes job easier)

Kemanfaatan penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja seseorang menjadi lebih mudah.

2.5.2.2 Meningkatkan produktifitas (Increase productivity)

Kemanfaatan penggunaan teknologi informasi dapat menambah pengetahuan sehingga seseorang dapat lebih produktif dalam melakukan kegiatannya.

2.5.2.3 Meningkatkan efektifitas (Enhance effectiveness)

Kemanfaatan penggunaan teknologi informasi mampu meningkatkan kinerja seseorang menjadi lebih efektif

2.5.2.4 Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang

Kemanfaatan dalam suatu teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan atau diperoleh oleh para penggunanya dalam melakukan aktivitas kerjanya, karena kemanfaatan suatu teknologi mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya.

2.6 Kemudahan

2.6.1 Definisi Kemudahan

Menurut (Davis, 1989) dalam (Muktisar et al., 2021), kemudahan dalam penggunaan (*perceived ease of use*) suatu sistem dalam teknologi informasi apabila dikatakan mudah, dimana seseorang percaya terhadap teknologi tersebut yang bebas dari kesalahan dan mudah digunakan sehingga tanpa memerlukan usaha keras untuk pemakaiannya. Konsep *perceived ease of use* mencakup tujuan dalam penggunaan suatu teknologi informasi dan kemudahan penggunaannya agar sesuai dengan kebutuhan serta keinginan pemakainya. Suatu teknologi yang dianggap mudah penggunaannya, maka cenderung akan meningkatkan daya tarik seseorang serta akan sering digunakan oleh pemakainya.

Suatu system diciptakan bukan untuk menyulitkan penggunanya, tetapi justru memberikan kemudahan seseorang dalam merampungkan pekerjaannya. Dengan kata lain bahwa seseorang jika menggunakan suatu system informasi akan bekerja lebih mudah dan cepat, dibandingkan bila tidak menggunakan bantuan suatu system informasi. Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan suatu system informasi akan mengurangi usaha yang meliputi waktu dan tenaga seseorang sehingga dapat lebih cepat menyelesaikan pekerjaan.

Sebagaimana yang terdapat dalam Al-Qur'an Surah Al-Insyirah ayat 5-6, yang berbunyi:

لَا يَسْتَعْجِلُ بِهَا رَسُولُ اللَّهِ الْآيَاتِ
مُنْذُرًا ۚ

Artinya: “Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

Ayat tersebut menjelaskan bahwasanya Allah telah menjajikan hambanya yang mengalami kesulitan dalam hidupnya pasti dibalik semua itu terdapat kemudahan. Hubungannya dengan perkembangan zaman saat ini yakni penggunaan teknologi informasi, bahwa hal tersebut dapat memudahkan seseorang dalam melakukan pekerjaannya. Dengan kecanggihan teknologi yang ada, dapat mengurangi usaha seseorang yakni lebih efisien dan fleksibel dalam melakukan kegiatannya dimanapun dan kapan saja. Ketika sebelum

adanya hal tersebut, biasanya seseorang lebih membutuhkan waktu yang lebih banyak karena harus langsung datang ke tempatnya, contohnya saat ini dalam melakukan transaksi sudah bisa menggunakan non tunai dengan menggunakan system yang ada pada teknologi informasi sehingga seseorang dapat terbantu oleh kemudahan adanya teknologi informasi ini.

2.6.2 Indikator kemudahan

Menurut Davis (1989) dalam (Afifah, 2017), menyebutkan terdapat beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi, yakni sebagai berikut:

2.6.2.1 Mudah dipelajari (Easy to Learn)

Suatu system dikatakan mudah jika pengguna tidak membutuhkan banyak usaha dalam berinteraksi dengan system tersebut, dengan kata lain system tersebut mudah untuk dipelajari.

2.6.2.2 Dapat dikontrol (Controllable)

Suatu system informasi dikatakan dapat dikontrol dimana pengguna dapat dengan mudah dikontrol sesuai dengan keinginan.

2.6.2.3 Jelas dan dapat dimengerti (Clear & Understandable)

Suatu system informasi yang dikatakan mudah yakni system yang jelas dan mudah dimengerti oleh para

penggunanya, sehingga tidak menyulitkan saat menggunakan teknologi tersebut.

2.6.2.4 Menjadi terampil (Become Skillful)

Suatu system dapat menambah keterampilan para penggunanya sehingga seseorang mampu menyelesaikan pekerjaannya dengan mudah dan cepat.

2.6.2.5 Fleksibel (Flexible)

Fleksibel disini diartikan sebagai para pengguna dapat mengakses suatu system dengan mudah yakni dapat diakses dimana dan kapan saja yang mereka butuhkan sesuai kebutuhannya sehingga tidak perlu mengeluarkan waktu dan tenaga yang lebih saat memakainya.

2.6.2.6 Mudah untuk digunakan (Easy to Use)

Suatu system yang mudah digunakan yakni suatu system yang sering digunakan, mudah dioperasikan serta dikenal luas oleh para penggunanya.

2.7 Minat

2.7.1 Definisi Minat

Dalam (Vadly et al., 2021) mengatakan bahwa minat adalah suatu rasa ketertarikan atau rasa suka pada hal tertentu maupun aktivitas tertentu karena inisiatif diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain. Menurut Kotler dalam (Widianingrum, 2021) minat merupakan suatu rasa ketertarikan seseorang yang timbul ketika mendapat suatu

rangsangan dari produk yang diketahuinya, kemudian mencobanya yang akhirnya muncul keinginan untuk menggunakan atau membeli agar dapat memiliki produk tersebut. Minat merupakan aspek psikis pada diri seseorang yang dapat memotivasi untuk melakukan sesuatu yang mereka senangi dan inginkan untuk merasakan kepuasan dalam dirinya, sehingga hal ini dapat menjadi alasan seseorang dengan bebas memilih sesuatu dari suatu hal yang diminatinya.

Dalam (Muktisar et al., 2021) menyatakan bahwa dalam konteks pemakaian system informasi terhadap perilaku (behavior) merupakan penggunaan yang sebenarnya (actual usage) dari teknologi tersebut. Misalnya pemakaian system informasi seperti mobile banking, jika menurut seseorang bahwa mobile banking itu menarik dan membuat seseorang merasa bermanfaat atau bernilai tentunya dan seseorang cenderung berminat untuk menggunakannya. Apabila seseorang memiliki tujuan tersendiri terhadap suatu teknologi, maka dari itu seseorang akan lebih memperhatikan dan merasa lebih senang jika sudah memiliki teknologi tersebut, sehingga memberikan kepuasan dan kelancaran terhadap penggunaannya.

2.7.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Dalam (Nurdin et al., 2021) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat seseorang yakni sebagai berikut:

2.7.2.1 Pekerjaan

Dengan adanya perbedaan pekerjaan dapat mempengaruhi minat seseorang dalam penggunaan suatu produk berdasarkan aktivitas yang dilakukan sehari – hari, banyak waktu luang seseorang, dan lain-lain.

2.7.2.2 Tingkat sosial ekonomi

Dengan adanya perbedaan tingkat sosial ekonomi menyebabkan perbedaan dalam keinginan dan pencapaian seseorang. Seseorang yang memiliki sosial ekonomi yang tinggi akan berbeda pula keinginan dan pencapaiannya serta cenderung lebih mudah untuk menggapainya daripada seseorang yang memiliki sosial ekonomi yang lebih rendah.

2.7.2.3 Perbedaan jenis kelamin

Minat seseorang dipengaruhi dari perbedaan jenis kelamin, karena perempuan dan laki–laki biasanya memiliki minat yang berbeda. Misalnya, biasanya perempuan lebih tinggi berminat dalam hal membeli sesuatu daripada laki–laki.

2.7.2.4 Usia

Minat terhadap suatu produk atau barang yang dibutuhkan dan yang nantinya akan digunakan oleh seseorang juga dipengaruhi dari perbedaan usia, karena usia berhubungan dengan minat seseorang.

2.7.3 Indikator-indikator Minat Penggunaan

Terdapat beberapa indikator-indikator minat penggunaan menurut (Widianingrum, 2021), yaitu sebagai berikut:

- a. Minat transaksional, yakni kecenderungan minat seseorang dalam membeli atau menggunakan ulang suatu produk yang telah digunakannya.
- b. Minat referensial, yakni kecenderungan minat seseorang untuk mereferensikan suatu produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yakni kecenderungan mengenai minat perilaku seseorang yang mempunyai prioritas utama terhadap suatu produk yang diminatnya.
- d. Minat eksploratif, yakni kecenderungan mengenai minat perilaku seseorang yang hendak mencari tahu informasi tentang produk yang diminati untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ialah rangkuman mengenai penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, dimana yang nantinya digunakan untuk menunjang dan memberikan perbedaan antara penelitian yang terdahulu dan yang akan dilakukan saat ini. Penelitian terdahulu juga menunjukkan sebagai bentuk keaslian dari penelitian yang akan dilakukan,. Penelitian terdahulu yang relevan tersebut, dalam penelitian saat ini adalah sebagai berikut:

- a. Skripsi (Afifah, 2017) dengan judul “Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile banking Bank Syariah Mandiri”. Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis apakah manfaat, kemudahan, kepercayaan dan ketersediaan fitur berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking Bank Syariah Mandiri di Kota Jakarta. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan variabel penelitian manfaat (X_1), Kemudahan (X_2), Kepercayaan (X_3), Ketersediaan Fitur (X_4) dan Penggunaan Mobile banking (Y). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel probabilitas dengan metode penarikan sampel acak sederhana. Sedangkan untuk teknik analisis yang digunakan ialah regresi berganda, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa manfaat kemudahan, kepercayaan dan ketersediaan fitur berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking secara parsial maupun secara simultan.
- b. Skripsi (Nadlifah, 2018) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Sistem Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Sikap Positif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UINSA Angkatan 2014-2016 Dalam Menggunakan Layanan Mobile banking Bank Syariah”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan system dan persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap sikap positif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UINSA Angkatan 2014-2016 dalam penggunaan mobile banking Syariah. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan variabel proporsi persepsi kemudahan system (X_1) dan

persepsi kenyamanan (X_2) terhadap sikap positif mahasiswa prodi ekonomi syariah UINSA angkatan 2014-2016 dalam menggunakan layanan mobile banking bank syariah(Y). Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling dan teknik sampling jenuh. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa proporsi persepsi kemudahan sistem dan persepsi kenyamanan terhadap sikap positif mahasiswa prodi ekonomi syariah UINSA angkatan 2014-2016 dalam menggunakan layanan mobile banking bank syariah berpengaruh positif dan signifikan secara simultan. Sedangkan secara parsial proporsi kemudahan system menunjukkan tidak berpengaruh signifikan dan untuk persepsi kenyamanan berpengaruh signifikan.

- c. Skripsi (Dewi, 2018) dengan judul “Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-banking Pada Santri Nurul Ummah”. Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis apakah fitur layanan, kemudahan, manfaat, kepercayaan dan resiko berpengaruh terhadap minat para santri Nurul Ummah dalam menggunakan E-banking. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan variabel Fitur Layanan (X_1), Kemudahan (X_2), Manfaat (X_3), Kepercayaan (X_4), Risiko (X_5) dan Minat Bertransaksi Menggunakan E-banking (Y). Teknik analisis menggunakan uji regresi linier berganda, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa fitur layanan, kemudahan, manfaat, kepercayaan, dan risiko berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan e-banking. Begitu pula, secara

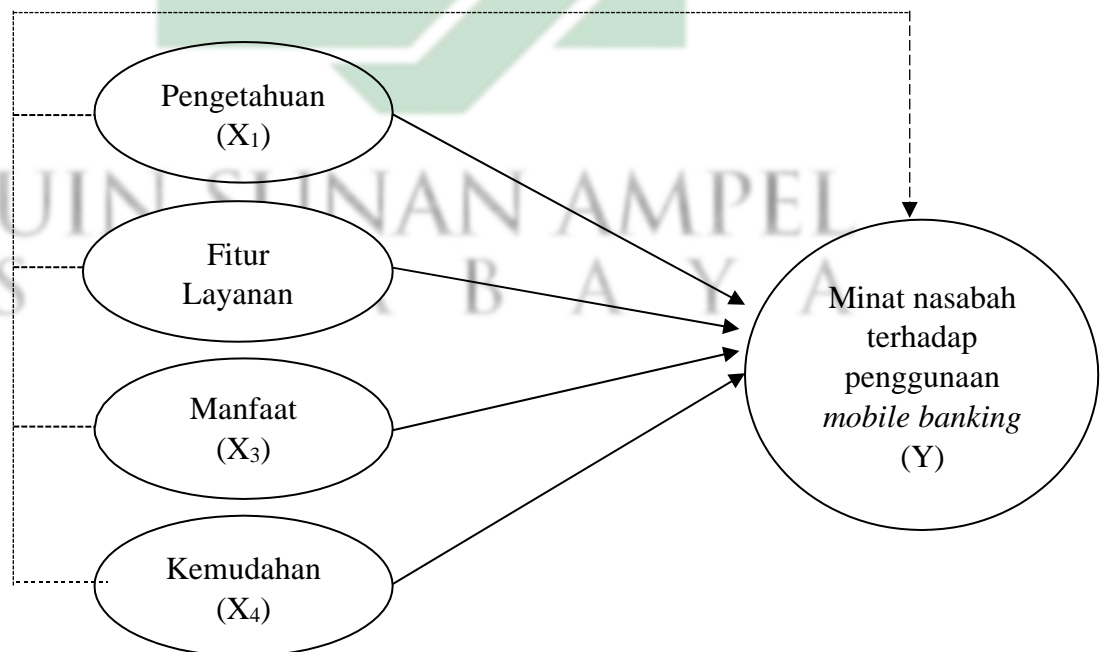
parsial variabel fitur layanan dan kepercayaan terdapat pengaruh terhadap minat pengguna e-banking. Sedangkan kemudahan, manfaat dan risiko menunjukkan tidak terdapat pengaruh terhadap minat pengguna e-banking.

- d. Skripsi (Risma, 2021) dengan judul “Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Mobile banking (Studi pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak)”. Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis apakah fitur layanan dan kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking di Desa Rasau Kecamatan Berbak. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan variabel Fitur Layanan (X_1), Kemudahan (X_2) dan Minat Menggunakan Mobile banking (Y). Teknik pengambilan sampel dalam skripsi ini mengambil bagian kecil dari populasi dengan cara acak tanpa mempertimbangkan tingkatan yang ada atau biasa disebut simple random sampling. Sedangkan untuk teknik analisis penelitian ini menggunakan regresi berganda, uji T, uji F dan koefisien determinasi. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa fitur layanan dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking di Desa Rasau Kecamatan Berbak secara parsial maupun secara simultan.
- e. Jurnal (Toni, Ira & Toufiq, 2021) dengan judul, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile banking Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jember Sudirman”. Penelitian tersebut bertujuan untuk menguji dan

menganalisis apakah persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, dengan variabel persepsi kemudahan (X_1), persepsi manfaat (X_2) dan kepuasan nasabah menggunakan BSI mobile banking (Y). Teknik analisis ini menggunakan regresi linier berganda, hasil yang diperoleh yakni menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan terdapat pengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking.

2.9 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual ialah alur berpikir yang berkaitan antar konsep satu dengan konsep lainnya terhadap masalah yang akan akan diteliti sehingga dapat memberi gambaran dari antar variabel penelitian. Kerangka konseptual dalam penelitian ini disajikan pada gambar di bawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian

Keterangan:

—————▶ = Pengaruh secara parsial

-----▶ = Pengaruh secara simultan

2.10 Hipotesis

Hipotesis ialah perkiraan jawaban/hasil sementara dari suatu penelitian yang harus diuji kebenarannya. Sehingga perlu diuji dan disempurnakan bukti kebenarannya melalui penelitian. Adapun hipotesis penelitian ini diajukan, berdasarkan kerangka konseptual pada gambar 2.1, yaitu sebagai berikut:

H₁: Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan, fitur layanan, manfaat dan kemudahan terhadap minat nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking.

H₂: Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan, fitur layanan, manfaat dan kemudahan terhadap minat nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking.

H₃: Variabel pengetahuan, fitur layanan, manfaat atau kemudahan yang paling dominan terhadap minat nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data kuantitatif didapatkan melalui instrumen yang biasanya digunakan dalam penelitian kuantitatif yakni berdasarkan data statistik yang berupa angka-angka dari kuesioner/angket. Definisi dari penelitian deskriptif sendiri adalah suatu penelitian yang menggambarkan lebih detail dari data yang ada, menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi dengan cara menggambarkan bukti hasil dari pengaruh variabel bebas ke dalam variabel terikat dengan pengujian hipotesis (Achmadi, Narbuko, 2003).

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat penelitian dimana untuk memperoleh data dan informasi yang berhubungan dengan permasalahan penelitian. Tempat yang dijadikan penelitian ini akan dilakukan di BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto yang berlokasi di Jl. Mojopahit No. 456 Kota Mojokerto Telp. (0321) 382-288. Peneliti akan menyebarkan kuesioner secara langsung maupun secara online kepada nasabah yang menggunakan BSI Mobile banking. Dengan waktu penelitian ini dimulai sekitar pada bulan April 2022.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah suatu wilayah yang terdiri dari subjek maupun objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang akan diteliti dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipahami lalu akan ditarik hasil kesimpulannya (Sugiyono, 2011).

Tabel 3.1 Populasi Nasabah dalam Menggunakan
Mobile Banking 2021

No.	Uraian	Jumlah Pengguna
1	BSI KCP Mojopahit 2	1096

Sumber: BSI KCP Mojopahit 2 (2021)

Adapun populasi penelitian ini berdasarkan tabel diatas yakni nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto yang menggunakan layanan mobile banking pada semenjak mergernya ketiga bank syariah di Indonesia yang berjumlah sebanyak 1096 nasabah.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki dari populasi tersebut, yang nantinya akan dipelajari dan diamati dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2011). Dapat dikatakan juga bahwa sampel ialah sebagian kecil yang diambil dari jumlah populasi, dimana menggunakan teknik tertentu untuk bisa mewakili suatu populasi. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling dengan metode purposive

sampling. Purposive sampling yakni teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai kriteria yang diharapkan. Peneliti telah menetapkan pertimbangan tertentu, adapun kriteria yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu:

- a. Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto yang menggunakan BSI Mobile banking.
- b. Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto yang masih aktif dalam menggunakan BSI Mobile banking.

Jumlah populasi yang besar sehingga memiliki keterbatasan waktu dan tenaga. Oleh karena itu, peneliti menentukan ukuran sampel dengan dihitung berdasarkan pada presentase sampling yang dikemukakan Yount sebagaimana pada tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2 Persentase Sampling

Besarnya Populasi	Besar Sampel
0 – 100	100%
101 – 1000	10%
1001 – 5000	5%
5001 – 10.000	3%
>10.000	1%

Sumber: Data diolah (2022)

Sampel yang didapatkan berdasarkan tabel presentase diatas menunjukkan bahwa penelitian ini termasuk dalam kategori besar populasi 1001 - 5000 sehingga 5% dari besarnya jumlah populasi

nasabah BSI KCP Mojopahit 2 yang menggunakan aplikasi BSI mobile banking dengan jumlah 1096 yaitu 55 responden. Namun dengan pertimbangan lain, peneliti menentukan jumlah sampel dilebihkan menjadi 100 responden. Jadi, jumlah total responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan karakteristik, sifat atau nilai yang melekat pada individu ataupun organisasi yang mempunyai variasi tertentu untuk dipelajari dan diteliti oleh peneliti agar mendapat suatu informasi, sehingga dapat ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2011). Terdapat dua macam variabel dalam penelitian ini yakni variabel independen dan variabel dependen, berikut penjelasannya:

3.4.1 Variabel Independen

Variabel Independen atau disebut juga variabel bebas yakni variabel yang dapat mempengaruhi atau dapat memberi perubahan dari variabel dependen (terikat). Variabel Independen dalam penelitian adalah pengetahuan (X_1), fitur layanan (X_2), manfaat (X_3) dan kemudahan (X_4).

3.4.2 Variabel Dependen

Variabel dependen atau disebut juga variabel terikat yakni variabel yang berubah akibat dipengaruhi karena adanya variabel Independen (bebas). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking (Y).

3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional menjelaskan mengenai definisi dari variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian. Dengan tujuan agar dapat lebih terarah serta sebagai petunjuk dalam melakukan penelitian ini. Adapun definisi operasional yang berkaitan dengan masing-masing variabel yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Definisi Operasional
Pengetahuan (X ₁)	1. Tahu	Pengguna mengetahui BSI mobile banking dan produk-produk maupun layanan yang terdapat didalamnya
	2. Memahami	Pengguna mampu memahami dan menginterpretasikan mengenai BSI mobile banking
	3. Aplikasi	Pengguna mampu mengaplikasikan BSI mobile banking
	4. Analisis	Pengguna mampu untuk menjelaskan, membedakan dan mengelompokkan produk-produk yang terdapat pada BSI mobile banking
	5. Sintesis	Mampu menjelaskan kembali pemahaman mengenai BSI mobile banking
	6. Evaluasi	Pengguna dapat memberi penilaian setelah menggunakan BSI mobile banking
Fitur Layanan (X ₂)	1. Kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa	Dapat memberi kemudahan mengakses informasi mengenai produk dan jasa melalui fitur layanan BSI mobile banking.

Tabel 3.3 (sambungan)

Variabel	Indikator	Definisi Operasional
	2. Keberagaman layanan transaksi	Fitur layanan BSI mobile banking memiliki berbagai macam layanan transaksi.
	3. Keberagaman fitur	BSI mobile banking terdapat berbagai macam fitur layanan.
	4. Inovasi produk	Terdapat informasi mengenai inovasi produk pada fitur layanan BSI mobile banking sehingga menjadi pembeda dengan produk lain.
Manfaat (X ₃)	1. Menjadi lebih mudah	BSI mobile banking menjadikan lebih mudah pengguna dalam bertransaksi.
	2. Meningkatkan produktifitas	BSI mobile banking dapat meningkatkan produktifitas pada penggunaannya.
	3. Meningkatkan efektifitas	BSI mobile banking mampu meningkatkan efektifitas kinerja seseorang dalam kehidupan sehari-hari.
	4. Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang	Penggunaan BSI mobile banking dapat meningkatkan kinerja seseorang.
Kemudahan (X ₄)	1. Mudah dipelajari	Penggunaan BSI mobile banking mudah untuk dipelajari.
	2. Dapat dikontrol	BSI mobile banking dapat dengan mudah dikontrol sesuai dengan keinginan.
	3. Jelas dan dapat dimengerti	Penggunaan BSI mobile banking sangat jelas dan dapat dimengerti.
	4. Menjadi Terampil	Penggunaan BSI mobile banking dapat menambah keterampilan para penggunaannya.

Tabel 3.3 (sambungan)

Variabel	Indikator	Definisi Operasional
	5. Fleksibel	Penggunaan BSI mobile banking dapat diakses dimana saja dan kapan saja.
	6. Mudah untuk digunakan	Penggunaan BSI mobile banking mudah digunakan oleh pengguna.
Minat (Y)	1. Minat transaksional	Pengguna memilih menggunakan plikasi BSI mobile banking secara berkelanjutan dalam bertransaksi.
	2. Minat Referensial	Pengguna mereferensikan BSI mobile banking pada orang lain untuk aktivitas keuangannya.
	3. Minat Preferensial	Pengguna memilih BSI mobile banking sebagai pilihan utama untuk aktivitas keuangannya.
	4. Minat Eksploratif	Pengguna mencari tahu informasi mengenai BSI mobile banking melalui internet maupun bertanya pada karyawan BSI tersebut.

Sumber: Data diolah (2022)

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas ialah suatu alat ukur ketepatan untuk menunjukkan valid tidaknya dari ukuran suatu instrument terhadap penelitian yang akan diteliti. Valid berarti dimana instrumen tersebut dapat digunakan mengukur apa yang seharusnya akan diukur. Instrumen yang valid akan menghasilkan data yang valid, begitu pula

sebaliknya. Untuk mengukur kevalidan suatu data dapat dilakukan dengan uji validitas dari setiap item pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner, sejauh mana ketepatan pengukuran pada suatu kuesioner apakah sudah tepat dengan melakukan apa yang akan hendak diukur.

Uji validitas akan diperoleh dari perbandingan antara r hitung dengan r table. Jadi suatu penelitian dapat dikatakan valid, apabila:

- a. r hitung $>$ r tabel (pada taraf = 5%), maka item pertanyaan tersebut dikatakan valid.
- b. r hitung $<$ r tabel (pada taraf = 5%), maka item pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid atau tidak memenuhi syarat uji validitas.

Validitas data ini didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah yang datang ke kantor, kemudian membagikan link google form untuk mempermudah pengisian kuesioner. Selain itu juga meminta bantuan kepada pihak bank lebih tepatnya pada customer service untuk membantu menyebarkan kuesioner yang telah saya siapkan sehingga keabsahan data yang nantinya disajikan dapat dipertanggungjawabkan.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah guna mengetahui suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran dapat diandalkan, dipercaya serta relatif konsisten saat pengukuran ulang terhadap alat ukur yang digunakan. Kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila tiap

jawaban dari responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner menunjukkan kestabilan dan konsisten dalam waktu ke waktu. Nilai reliabilitas dapat diketahui dengan menggunakan perhitungan nilai dari koefisien reliabilitas instrumen (cronbach alpha). Nilai koefisien cronbach alpha dapat dikatakan reliabel jika nilai diatas 0,60 maka dapat disimpulkan alat ukur atau pertanyaan yang digunakan dapat dikatakan reliabel atau konsisten.

3.7 Data dan Sumber Data

3.7.1 Jenis Data

Untuk mengetahui adanya pengaruh pengetahuan, fitur layanan, manfaat dan kemudahan terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2, maka peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif yakni jenis data yang pengukuran dan penghitungannya secara langsung, dimana penjelasannya dan hasilnya berupa angka-angka atau bilangan.

3.7.2 Sumber Data

Jenis sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.7.2.1 Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung atau sumber pertama yang dilakukan saat penelitian di lapangan. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa hasil angket atau kuesioner

yang telah disediakan oleh peneliti. Jadi, kuesioner yang telah diisi oleh responden kemudian hasil jawaban kuesioner nantinya akan diolah dan dianalisis oleh peneliti.

3.7.2.2 Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara. Sumber data sekunder penelitian ini biasanya diperoleh dari studi literatur seperti buku, jurnal/artikel ilmiah, internet dan lain-lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah suatu metode mengumpulkan data yang dibutuhkan guna menjawab rumusan masalah yang ada pada sebuah penelitian. Metode yang digunakan harus dengan jelas dan tepat, agar menghasilkan nilai yang maksimal dalam suatu penelitian. Untuk menunjang penelitian ini, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

3.8.1 Angket/Kuesioner

Angket atau kuesioner ialah suatu teknik pengumpulan data dengan memberi sejumlah pertanyaan ditujukan kepada responden untuk dijawabnya. Diharapkan responden dapat kooperatif, yakni dapat bekerja sama untuk meluangkan waktunya sehingga dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian sesuai petunjuk-petunjuk yang telah diberikan oleh peneliti. Data primer yang

digunakan dalam penelitian ini, maka sumber utamanya dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden yaitu nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto yang menggunakan aplikasi BSI Mobile banking. Pertanyaan kuesioner berisi tentang variabel pengetahuan, fitur layanan, manfaat dan kemudahan untuk mengetahui apakah variabel tersebut berpengaruh dalam minat nasabah dalam penggunaan BSI Mobile banking.

Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini, yakni skala likert. Dalam (Sugiyono, 2011) skala likert adalah skala yang biasa dipakai peneliti untuk mengukur pendapat, sikap, persepsi seseorang mengenai suatu objek ataupun suatu fenomena tertentu. Skala likert berisi 5 tingkat prefensi jawaban, skor yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4 Pengukuran Skala Likert

Kriteria	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2011)

3.8.2 Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan dan berhadapan

langsung kepada seorang atau beberapa orang. Dalam penelitian ini juga melakukan metode wawancara pada pihak bank tepatnya terhadap customer service BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto untuk melengkapi data penelitian mengenai jumlah nasabah dari objek penelitian serta mengenai jumlah nasabah yang menggunakan aplikasi BSI mobile banking. Peneliti juga akan melakukan wawancara dengan nasabah, yakni wawancara tidak terstruktur dimana tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

3.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ialah suatu proses untuk mengelola data agar menjadi sebuah informasi yang mudah dimengerti dalam menjelaskan makna, pola dan mencari kaitannya antar konsep dari data yang terkumpul oleh peneliti. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

3.9.1 Uji Asumsi Klasik

3.9.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan guna menguji apakah dalam model regresi jika dilihat dari variabel pengganggu atau residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi dapat dibilang baik, ketika data yang dimiliki berdistribusi normal atau mendekati normal. Dalam (Ghozali, 2016) menyebutkan bahwa asumsi uji t dan uji F yakni nilai

residual mengikuti distribusi normal. Adapun cara yang dilakukan untuk mengetahui terdistribusi normal atau tidaknya nilai residual dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Dimana apabila signifikansi lebih dari 0,05 dikatakan sebagai terdistribusi normal, sebaliknya jika signifikansi kurang dari 0,05 atau maka data dikatakan tidak terdistribusi normal.

3.9.1.2 Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2016) uji multikolinearitas ini dilakukan guna menguji korelasi yang dilihat dari antar variabel bebas (Independen) dalam model regresi. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi interkorelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi apakah terdapat korelasi atau tidak antar variabel bebas ini, dengan melihat nilai dari VIF (Varian Inflation Factor) dan nilai tolerance. Jika nilai VIF kurang dari 10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dan jika nilai tolerance besarnya lebih dari 0,10 maka menunjukkan tidak terdapat multikolinieritas antar variabel dalam regresi.

3.9.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Dalam (Hasan, 2004) uji heteroskedastisitas ini dilakukan guna menguji apakah terjadi ketidaksamaan variance dari satu residual pengamatan ke pengamatan yang

lain dalam model regresi. Heteroskedastisitas merupakan salah satu faktor yang menyebabkan model regresi linear tidak efisien dan akurat. Model regresi dikatakan baik apabila terjadi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Homoskedastisitas terjadi jika variance dari residual satu ke pengamatan yang lain itu tetap.

Untuk menguji heteroskedastisitas penelitian ini menggunakan uji Glejser, dengan tujuan untuk meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Apabila nilai signifikansi (Sig.) antara variabel independent dengan absolut lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dan sebaliknya jika nilai. sig kurang dari 0,05 maka terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah satu cara untuk menganalisis hubungan linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pengetahuan, fitur layanan, manfaat, dan kemudahan terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI mobile banking. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Minat β_3 = Koefisien regresi variabel (X3)

e = Standart error β_4 = Koefisien regresi variabel (X4)

α = Konstanta X_1 = Pengetahuan

β_1 = Koefisien regresi variabel (X1) X_2 = Fitur layanan
 X_3 = Manfaat

β_2 = Koefisien regresi variabel (X2) X_4 = Kemudahan

3.9.3 Uji Hipotesis

3.9.3.1 Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan guna untuk mengetahui koefisien dari keseluruhan variabel independen apakah memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Cara untuk mengetahui uji F ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F pada hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Jika nilai F hitung > F tabel dan diperkuat dengan nilai signifikan dari output anova jika nilai signifikan < 0,05 maka seluruh variabel independent terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel dependen sehingga dapat diartikan hipotesis diterima dan sebaliknya. Hipotesis atau dugaan sementara pada uji F dalam penelitian ini adalah:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan (X_1), fitur layanan (X_2), manfaat (X_3) dan kemudahan (X_4) secara simultan terhadap minat nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking (Y).

H_1 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan (X_1), fitur layanan (X_2), manfaat (X_3) dan kemudahan (X_4) secara simultan terhadap minat nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking (Y).

3.9.3.2 Uji T (Parsial)

Uji T dilakukan guna untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independent secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap variabel dependen. Cara untuk mengetahui nilai signifikan pada uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t menurut tabel. Jika nilai t hitung $>$ t tabel dan diperkuat dengan nilai signifikansi $<$ 0,05 maka secara parsial variabel independent terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel dependen sehingga dapat diartikan hipotesis diterima dan sebaliknya. Hipotesis atau dugaan sementara pada uji t dalam penelitian ini adalah:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan (X_1), fitur layanan (X_2), manfaat (X_3) dan kemudahan (X_4) secara parsial terhadap minat nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking (Y).

H_1 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan (X_1), fitur layanan (X_2), manfaat (X_3) dan kemudahan (X_4) secara parsial terhadap minat nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking (Y).

3.9.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam (Ghozali, 2016) koefisien Determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kontribusi dari variabel independen pada model regresi variasi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Profil Bank Syariah Indonesia

4.1.1 Sejarah Bank Syariah Indonesia

PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. merupakan hasil merger hari tiga bank syariah milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yaitu Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, dan BNI Syariah yang menjadi satu entitas. Bank Syariah Indonesia ini didirikan pada 1 Februari 2021, bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H serta diresmikan langsung oleh Presiden Indonesia yaitu Bapak Ir. Joko Widodo. Bank Syariah Indonesia mendapat izin dari OJK dengan Nomor SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 perihal pemberian izin penggabungan PT Bank Syariah mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT BRI Syariah Tbk serta izin perubahan nama dengan menggunakan izin. Penggabungan ini menyatukan keunggulan dari ketiga Bank Syariah tersebut, sehingga memberikan layanan yang lebih komprehensif, jangkauan yang lebih luas dan peningkatan sumber daya modal yang lebih baik. Oleh karena itu, diharapkan dapat bersaing di skala global yang didukung sinergi dari perusahaan induk serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN.

Keberadaan Bank Syariah di Indonesia saat ini telah mengalami perkembangan yang signifikan, dimana layanan dan inovasi produk serta menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Sehingga, dengan adanya Bank Syariah Indonesia ini dapat menjadi kebanggaan di masyarakat, energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Peran penting Bank Syariah Indonesia merupakan wajah baru sebagai fasilitator aktivitas ekonomi industri halal yang bersifat universal, modern dan memberi kebaikan bagi masyarakat.

4.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

4.1.2.1 Visi

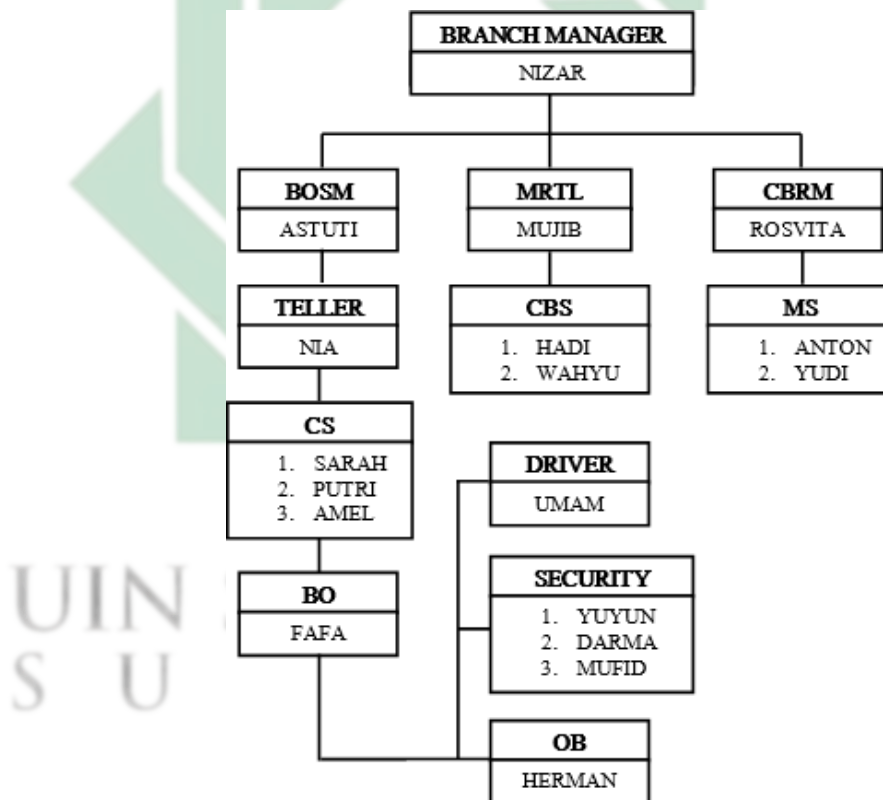
Menciptakan bank syariah yang masuk ke dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan.

4.1.2.2 Misi

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. (Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset 500 T dan nilai buku 50 T di tahun 2025).
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. (Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).

- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. (Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja).

4.1.3 Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto

4.1.4 Produk dan Layanan PT. Bank Syariah Indonesia Tbk

4.1.4.1 Individu

Beberapa macam produk dan layanan individu yaitu sebagai berikut:

- | | |
|---------------|--------------|
| a. Tabungan | f. Emas |
| b. Haji/Umroh | g. Bisnis/ |
| c. Pembiayaan | Wirausaha |
| d. Investasi | h. Prioritas |
| e. Transaksi | |

4.1.4.2 Digital Banking

Dapatkan kemudahan transaksi, berbagi, sekaligus ibadah berikut yang meliputi digital banking:

- | | |
|----------------|-------------------------|
| a. BSI Mobile | f. BSI QRIS |
| b. BSI Aisyah | g. Buka Rekening Online |
| c. Solusi Emas | h. BSI Net |
| d. BSI ATM | i. BSI Debit Card |
| e. BSI CRM | j. BSI Debit OTP |
| Cardless | k. Deposito Online |
| Withdrawal | l. Griya Hasanah Online |
| | m. E-mas BSI Mobile |

4.1.4.3 Kartu

Lengkapi juga dengan layanan perbankan dengan fasilitas kartu debit dan pembiayaan seperti berikut:

- a. BSI Hasanah Card Classic
- b. BSI Hasanah Card Gold
- c. BSI Hasanah Card Platinum
- d. BSI Debit GPN
- e. BSI Debit OTP
- f. BSI Debit Visa
- g. Kartu BSI Debit Sabi
- h. Kartu Debit BSI SimPel
- i. Kartu Haji BSI Visa

4.2 Karakteristik Responden

Penelitian ini mengambil sampel nasabah Bank BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto sebanyak 100 responden. Setiap responden memiliki karakteristik yang beragam. Sebagai penunjang data, maka responden dalam pengisian kuesioner mengisi identitas diri terlebih dahulu yakni berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan lama menggunakan aplikasi BSI mobile banking. Pengelompokan ini guna mengetahui secara jelas mengenai karakteristik atau keadaan diri responden sebagai objek penelitian.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	44	44.0	44.0	44.0
Perempuan	56	56.0	56.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS 24 (2022)

Berdasarkan tabel 4.1, dari jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan yakni sebanyak 56 sedangkan sebanyak 44 orang yakni jumlah responden berjenis kelamin laki-laki.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-22 Tahun	23	23.0	23.0	23.0
23-28 Tahun	38	38.0	38.0	61.0
29-33 Tahun	32	32.0	32.0	93.0
>33 Tahun	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS 24 (2022)

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berusia 17-22 tahun sebanyak 23 orang, kemudian

usia yang paling dominan terdapat pada responden yang berusia 23-28 orang sebanyak 38 orang hanya berbeda sedikit dengan responden yang berusia 29-33 tahun yakni sebanyak 32 orang dan yang berusia >33 tahun peneliti mendapatkan responden sebanyak 7 orang.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA/Sederajat	36	36.0	36.0	36.0
Diploma	20	20.0	20.0	56.0
Sarjana	41	41.0	41.0	97.0
Pasca Sarjana	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS 24 (2022)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa pendidikan terakhir responden pada jenjang SMA/ sederatajat sebanyak 36 orang, kemudian pada jenjang diploma sebanyak 20 orang. Pada jenjang sarjana inilah yang paling mendominasi yakni sebanyak 41 orang dan 3 orang untuk jenjang pasca sarjana.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar/Mahasiswa	29	29.0	29.0	29.0
PNS	23	23.0	23.0	52.0

Pegawai Swasta	18	18.0	18.0	70.0
Wiraswasta	13	13.0	13.0	83.0
Lainnya	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS 24 (2022)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa responden yang paling mendominasi adalah pelajar/mahasiswa yakni sebanyak 29 orang, kemudian sebagai pegawai negeri sipil sebanyak 23 orang sedangkan responden sebagai pegawai swasta sebanyak 18 orang lalu sebagai wiraswasta sebanyak 13 orang dan sebanyak 17 orang yang berprofesi lainnya.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Aplikasi

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 1 Tahun	59	59.0	59.0	59.0
> 1 Tahun	41	41.0	41.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS 24 (2022)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa responden yang menggunakan aplikasi BSI mobile banking yang < 1 Tahun sebanyak 59 orang sedangkan 41 orang yang menggunakan > 1 Tahun.

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alat bantu program SPSS 24. Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner, sehingga perlu dilakukan uji validitas pada setiap butir pertanyaan. Dalam penelitian ini menggunakan Product Moment Pearson, apabila tingkat signifikasinya dibawah 0,05 maka dapat dikatakan valid. Selain itu, dengan membandingkan r hitung dengan r tabel dengan melihat r tabel pada degree of freedom ($df = n-2$). Dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan dengan taraf signifikan 5%, sehingga nilai $df = 100-2 = 98$ dimana didapat r tabel senilai 0,1966, maka jika r hitung lebih dari r tabel item pertanyaan dapat dinyatakan valid dan sebaliknya. Hasil pengolahan data dari pengujian validitas pada setiap instrument dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item Soal	r hitung	r tabel	Keterangan
Pengetahuan X1	1	0,863	0,1966	Valid
	2	0,804	0,1966	Valid
	3	0,866	0,1966	Valid
	4	0,540	0,1966	Valid
	5	0,580	0,1966	Valid
	6	0,601	0,1966	Valid
Fitur Layanan X2	7	0,829	0,1966	Valid
	8	0,841	0,1966	Valid
	9	0,807	0,1966	Valid
	10	0,786	0,1966	Valid
	11	0,858	0,1966	Valid

Manfaat X3	12	0,834	0,1966	Valid
	13	0,776	0,1966	Valid
	14	0,802	0,1966	Valid
Kemudahan X4	15	0,726	0,1966	Valid
	16	0,725	0,1966	Valid
	17	0,694	0,1966	Valid
	18	0,408	0,1966	Valid
	19	0,578	0,1966	Valid
	20	0,644	0,1966	Valid
Minat Y	21	0,864	0,1966	Valid
	22	0,844	0,1966	Valid
	23	0,796	0,1966	Valid
	24	0,688	0,1966	Valid

Sumber: Output SPSS 24 yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa setiap pertanyaan memiliki koefisien korelasi r hitung lebih besar daripada r tabel dimana hasil r hitung $> 0,1966$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan yang digunakan dalam seluruh variabel yang ada dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu hasil pengukuran terhadap variabel dependen dan independen tidak rentan terhadap pengaruh yang ada dan relatif konsisten saat pengukuran ulang terhadap alat ukur yang digunakan. Nilai reliabilitas dapat diketahui dengan menggunakan perhitungan nilai dari koefisien reliabilitas instrumen (cronbach alpha). Nilai koefisien cronbach alpha dapat dikatakan reliabel jika nilai diatas 0,60 maka dapat disimpulkan alat ukur atau pertanyaan yang digunakan dapat

dikatakan reliabel atau konsisten. Berdasarkan output spss uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
,917	24

Sumber: Hasil Output SPSS 24 (2022)

Berdasarkan hasil output diatas, nilai Cronbach's Alpha untuk ke-24 item pernyataan angket memperoleh nilai sebesar 0,956. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 sehingga menunjukkan seluruh item-item tersebut dapat dinyatakan reliabel.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan guna menguji apakah dalam model regresi jika dilihat dari variabel pengganggu atau nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Dimana apabila nilai asymp. sig > 0,05 dapat dikatakan sebagai terdistribusi normal. Berdasarkan output spss uji normalitas dapat dilihat pada tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.54959840
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.054
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Output SPSS 24 (2022)

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui uji normalitas dengan menggunakan Kolmogrov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi atau Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel berdistribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi didapati korelasi antar variabel bebas (Independen). Untuk mendeteksi multikolinieritas ini dengan melihat nilai dari VIF (Varian Inflation Factor) dan nilai tolerance. Jika nilai VIF < 10 dan nilai tolerancenya $> 0,10$ maka model terbebas dari multikolinieritas. Berdasarkan output spss uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 4. sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	1.433	1.384		1.035	.303			
PENGETAHUAN	.175	.052	.263	3.378	.001	.685	1.459	
FITUR LAYANAN	.184	.082	.218	2.249	.027	.443	2.258	
MANFAAT	.219	.085	.266	2.585	.011	.393	2.445	
KEMUDAHAN	.191	.066	.231	2.906	.005	.660	1.515	

a. Dependent Variabel: MINAT

Sumber: Hasil Output SPSS 24 (2022)

Berdasarkan hasil output uji multikolinieritas diatas pada bagian collinearity statistics menunjukkan bahwa dari masing-masing variabel independent didapati nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerancinya lebih besar dari 0,10. Maka, dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas antara variabel dependen dan independent yang lain dalam model regresi.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas guna menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari satu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser, dimana dasar pengambilan keputusan uji ini yakni apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan sebaliknya jika nilai signifikansi kurang dari

0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan output spss uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.846	.869		2.124	.036
¹ PENGETAHUAN	.028	.033	-.105	-.853	.396
FITUR LAYANAN	-.022	.051	-.064	-.420	.676
MANFAAT	.036	.053	.111	.682	.497
KEMUDAHAN	-.011	.041	-.035	-.278	.781

Sumber: Hasil Output SPSS 24 (2022)

Berdasarkan hasil output di atas, dapat diketahui uji heteroskedastisitas dengan menggunakan Uji Glejser menunjukkan bahwa bahwa dari masing-masing variabel independent didapati nilai signifikan lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.5 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berdasarkan output spss uji regresi linier berganda, sebagai berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.433	1.384		1.035	.303
PENGETAHUAN	.175	.052	.263	3.378	.001

FITUR LAYANAN	.184	.082	.218	2.249	.027
MANFAAT	.219	.085	.266	2.585	.011
KEMUDAHAN	.191	.066	.231	2.906	.005

a. Dependent Variabel: MINAT

Sumber: Hasil Output SPSS 24 (2022)

Berdasarkan tabel 4.11 diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 1,433 + 0,175 X_1 + 0,184 X_2 + 0,219 X_3 + 0,191 X_4 + e$$

Berdasarkan output analisis regresi linier berganda pada tabel diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta memperoleh sebesar 1,433 menunjukkan bahwa nilai tersebut bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel independent yakni pengetahuan (X1), fitur layanan (X2) manfaat (X3) dan kemudahan (X4) dianggap konstan maka nilai minat nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking (Y) sebesar 1,433.
- b. Nilai koefisien regresi linier berganda variabel pengetahuan (X1) sebesar 0,175 menunjukkan terdapat pengaruh positif. Artinya apabila variabel pengetahuan (X1) meningkat sebesar 1 satuan dan variabel fitur layanan (X2), manfaat (X3) dan kemudahan (X4) dianggap konstan maka minat menggunakan aplikasi BSI mobile banking akan semakin meningkat sebesar 0,175 satuan.
- c. Nilai koefisien regresi linier berganda variabel fitur layanan (X2) sebesar 0,184 menunjukkan terdapat pengaruh positif. Artinya apabila

variabel fitur layanan (X2) meningkat sebesar 1 satuan dan variabel pengetahuan (X1), manfaat (X3) dan kemudahan (X4) dianggap konstan maka minat menggunakan aplikasi BSI mobile banking akan semakin meningkat sebesar 0,184 satuan.

- d. Nilai koefisien regresi linier berganda variabel manfaat (X3) sebesar 0,219 menunjukkan terdapat pengaruh positif. Artinya apabila variabel manfaat (X3) meningkat sebesar 1 satuan dan variabel pengetahuan (X1), fitur layanan (X2) dan kemudahan (X4) dianggap konstan maka minat menggunakan aplikasi BSI mobile banking akan semakin meningkat sebesar 0,219 satuan.
- e. Nilai koefisien regresi linier berganda variabel kemudahan (X4) sebesar 0,191 menunjukkan terdapat pengaruh positif. Artinya apabila variabel kemudahan (X4) meningkat sebesar 1 satuan dan variabel pengetahuan (X1), fitur layanan (X2) dan manfaat (X3) dianggap konstan maka minat menggunakan aplikasi BSI mobile banking akan semakin menurun sebesar 0,191 satuan.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji T (Parsial)

Uji T dilakukan guna untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independent secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap variabel dependen. Berdasarkan output spss uji T, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji T (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.433	1.384		1.035	.303
PENGETAHUAN	.175	.052	.263	3.378	.001
FITUR LAYANAN	.184	.082	.218	2.249	.027
MANFAAT	.219	.085	.266	2.585	.011
KEMUDAHAN	.191	.066	.231	2.906	.005

a. Dependent Variabel: MINAT

Sumber: Hasil Output SPSS 24 (2022)

Berdasarkan pada tabel uji t diatas dengan mengamati baris, kolom t dan sig. untuk mengetahui besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independent secara parsial terhadap variabel dependent adalah sebagai berikut:

- a. Dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel pengetahuan (X1) sebesar 0,01 dan nilai pada tabel t ($\alpha/2$; n-k-1 = t (0,05/2; 100-4-1) = (0,025;95) = 1,985. Artinya nilai signifikansi kurang dari 0,05 (0,01 < 0,05) dan t hitung lebih besar dari t tabel (3,378 > 1,985), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan terhadap minat nasabah BSI Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam penggunaan aplikasi BSI mobile banking.
- b. Dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel fitur layanan (X2) sebesar 0,027 dan nilai pada tabel t ($\alpha/2$; n-k-1 = t (0,05/2; 100-

$4-1) = (0,025;95) = 1,985$. Artinya nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,027 < 0,05$) dan t hitung lebih besar dari t tabel ($2,249 > 1,985$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara fitur layanan terhadap minat nasabah BSI Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam penggunaan aplikasi BSI mobile banking.

c. Dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel manfaat (X3) sebesar 0,011 dan nilai pada tabel $t (\alpha/2; n-k-1 = t (0,05/2; 100-4-1) = (0,025;95) = 1,985$. Artinya nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,011 < 0,05$) dan t hitung lebih besar dari t tabel ($2,585 > 1,985$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara manfaat terhadap minat nasabah BSI Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam penggunaan aplikasi BSI mobile banking.

d. Dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel kemudahan (X4) sebesar 0,005 dan nilai pada tabel $t (\alpha/2; n-k-1 = t (0,05/2; 100-4-1) = (0,025;95) = 1,985$. Artinya nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,005 < 0,05$) dan t hitung lebih besar dari t tabel ($2,906 > 1,985$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan terhadap minat nasabah BSI

Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam penggunaan aplikasi BSI mobile banking.

4.6.2 Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari variabel-variabel bebas secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat. Adapun hasil pengujian nya sebagai berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	363.316	4	90.579	36.197	.000 ^b
Residual	237.724	95	2.502		
Total	600.040	99			

Sumber: Hasil Output SPSS 24 (2022)

Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh F hitung sebesar 36,197. Dengan tingkat signifikansi 5% dan $df_1 = 4$ serta $df_2 = 95$. Maka hasil uji F diatas diketahui bahwa nilai F hitung $> F$ tabel dengan nilai 36,197 $> 2,47$ dan nilai taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel pengetahuan, fitur layanan, manfaat dan kemudahan secara simultan terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam penggunaan aplikasi BSI mobile banking.

4.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari hasil pengujian koefisien determinasi yang telah dilakukan terhadap data yang ada, maka diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.777 ^a	.604	.587	1.582

a. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN, PENGETAHUAN, MANFAAT, FITUR LAYANAN

Sumber: Hasil Output SPSS 24 (2022)

Dalam tabel 4.14 diatas menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,604 atau sama dengan 60,4%. Hal ini berarti bahwa variabel pengetahuan (X1), variabel fitur layanan (X2), variabel manfaat (X3) dan variabel kemudahan (X4) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 60,4% terhadap minat nasabah dalam menggunakan BSI Mobile banking (Y). Sedangkan sisanya 39,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti dalam penelitian ini.

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Temuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh pengetahuan, fitur layanan, manfaat dan kemudahan terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile banking studi kasus pada BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto. Terdapat pengaruh atau tidaknya tersebut dapat dilihat berdasarkan dari olahan data peneliti yang menggunakan software IBM SPSS 24 yakni pada metode uji regresi linier berganda dengan melihat uji T yang sudah dibahas di bab sebelumnya.

Pengaruh dalam variabel-variabel dalam penelitian ini akan di deskripsikan sebagai berikut:

5.2 Pengaruh Parsial

5.2.1 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto Dalam Menggunakan BSI Mobile Banking Secara Parsial

Berdasarkan pada tabel 4.13 hasil penelitian melalui hasil uji t menunjukkan bahwa variabel pengetahuan terdapat pengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI mobile banking. Hal ini telah dibuktikan bahwa variabel pengetahuan mempunyai t hitung lebih besar dari t tabel yakni $3,378 > 1,985$ dan nilai signifikansi sebesar

0,001 yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari nilai α (0,05) yakni $0,001 < 0,05$. Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 dalam menggunakan BSI mobile banking secara parsial.

Secara umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan dalam ingatan. Menurut (Notoadmodjo, 2010) pengetahuan adalah sesuatu yang diketahui berkenaan informasi apa yang diterima, dilihat atau didengar melalui indera yang dimilikinya sepanjang hidupnya. Jika pengetahuan yang diterima seseorang ini dapat dipergunakan dengan baik tentunya akan berdampak positif terhadap berbagai aspek untuk kehidupannya. Pengetahuan dapat merubah perilaku seseorang namun kembali lagi dari pribadi masing-masing, apakah pengetahuan yang diperoleh dimanfaatkan untuk hal-hal kebaikan pula. Sebagaimana halnya jika menjadi nasabah perlu mengetahui tentang karakteristik produk layanan tersebut seperti, pengetahuan nama produknya, jenis-jenis produknya, manfaat dari produk, cara penggunaannya dan lain sebagainya.

Penyampaian informasi produk dan jasa bank harus memperhatikan Peraturan Bank Indonesia No. 7/6/PBI/2005 tentang transparansi informasi produk bank dan penggunaan data pribadi nasabah. Dalam hal ini customer service berperan penting dalam suatu layanan terhadap nasabah, yakni salah satunya adalah layanan

mobile banking. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh salah satu customer service BSI KCP Mojopahit 2 pada tanggal 10 Mei 2022 yaitu Ibu Sarah menyatakan bahwa:

“Selama ini nasabah yang migrasi dan membuka rekening BSI, kami bertanya kepada nasabah apakah perlu didaftarkan mobile banking. Nasabah yang tertarik memilih membuka BSI mobile banking. kebanyakan dari mereka yang sudah paham dengan mobile banking dan produk layanan yang ada di dalamnya namun tetap saja kami membantu bagaimana cara mengaktivasi mobile banking ini. Tapi kalau ada yang belum mengetahui informasi mengenai mobile banking ini tentunya kami jelaskan dan mempraktekkan secara langsung agar nasabah dapat paham dan mengaplikasikannya dengan baik.”

Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan dianggap penting untuk seseorang dalam memutuskan untuk menggunakan suatu layanan. Dalam penelitian ini nilai koefisien regresi variabel pengetahuan sebesar 0,175 yang berarti apabila nilai pengetahuan mengalami kenaikan dan variabel lainnya konstan, maka minat nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,175. Selain itu, koefisien pengetahuan (X1) dan minat nasabah (Y) memiliki nilai positif yang berarti kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang positif atau searah dimana kenaikan nilai pengetahuan akan meningkatkan pada minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI Mobile banking.

Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan (Febriani, 2020) yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan mobile banking bank syariah. Sejalan juga dengan penelitian lain yang dilakukan oleh (Rizky, 2018) menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-Banking dalam bertransaksi pada UMKM di Kecamatan Buleleng.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dipengaruhi oleh pengetahuan. Semakin banyak nasabah mengetahui informasi mengenai produk layanan pada BSI maka semakin meningkat pula pengetahuan nasabah mengenai layanan mobile banking serta semakin tinggi pula minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.

5.2.2 Pengaruh fitur layanan terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI Mobile Banking Secara Parsial

Berdasarkan pada tabel 4.13 hasil penelitian melalui hasil uji t menunjukkan bahwa variabel fitur layanan terdapat pengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI mobile banking. Hal ini telah dibuktikan bahwa variabel fitur layanan mempunyai t hitung lebih besar dari t tabel yakni $2,249 > 1,985$ dan nilai signifikansi sebesar

0,027 yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari nilai α (0,05) yakni $0,027 < 0,05$. Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara fitur layanan terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 dalam menggunakan BSI Mobile banking secara parsial.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Rithmaya, 2016) yang menyatakan bahwa fitur layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan mobile banking. Sejalan dengan penelitian (Risma, 2021) hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa fitur layanan dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking di Desa Rasau Kecamatan Berbak secara parsial.

Selain itu hasil ini juga diperkuat teori terkait fitur layanan menurut (Pavlou, 2001) dalam (Rithmaya, 2016) faktor kepercayaan maupun minatnya nasabah mengenai e-commerce apabila dapat melakukan transaksi online secara berkelanjutan dan lengkapnya fitur layanan sehingga sesuai kebutuhan nasabah yang diharapkan. Disini penyelenggara transaksi online (banking/retailer/produsen) perlu memaksimalkan fitur yang ada pada mobile banking. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan minat nasabah karena dengan fitur layanan berpengaruh besar pada niat nasabah untuk menggunakan mobile banking atau tidak menggunakannya.

Dari hasil wawancara peneliti dengan responden yang bernama Ito pada tanggal 12 Mei 2022 terkait fitur layanan yang terdapat pada aplikasi BSI Mobile banking, responden mengatakan:

“Menurut saya fitur BSI Mobile banking sudah sangat baik, sangat membantu sekali dalam pembayaran melalui platform apapun, saya tidak perlu capek-capek untuk top up atau bayar cicilan di supermarket dengan mbanking BSI semuanya jadi tinggal sentuh saja. Dari segi desain sangat islami sekali, ada jadwal sholatnya, setiap kali membuka aplikasi disambut dengan "assalamu'alaikum" berasa sangat dihargai sekali. Selain itu juga, ada fitur layanan sedekah dan ranahnya jelas untuk disumbangkan kepada yg membutuhkan. Jadi aplikasi ini tidak cuma sebagai media transaksi keuangan saja tapi juga bisa sebagai pedoman yang baik dalam menjalani hidup.

Menurut saya aplikasi ini sudah baik, apalagi adanya fitur Islami yg tidak dimiliki oleh mbanking dari bank lain. Hanya saja, sebaiknya mbanking BSI memberikan notifikasi tentang rincian riwayat transaksi bisa selama seminggu sekali atau sebulan sekali, atau ada notifikasi jika ada transaksi yang masuk. Jadi kita tidak perlu capek-capek masuk aplikasi dulu untuk mengecek transaksi nya sudah masuk apa belum.”

Hal ini juga sesuai dengan konsep teori ekonomi syariah, yakni faktor dan norma terangkum dalam tatanan syariah dan menjadi alat keputusan seperti dilarangnya transaksi secara ribawi dan berkewajiban juga untuk peduli dengan sosial dengan cara bersedekah, zakat, wakaf dan infaq. Saat ini perkembangan teknologi

yang begitu pesat, sehingga penghimpunan zakat, infaq, sedekah dan wakaf dapat kita lakukan secara online.

Salah satunya pada layanan yang diberikan oleh layanan BSI Mobile banking ini, yang membedakan dengan mobile banking lainnya yakni memiliki keunggulan dan ciri khas yang terletak adanya fitur info layanan islami seperti juz amma, arah kiblat, kalkulator zakat, pengingat sholat dan lain-lain. Selain itu terdapat fitur berbagi-ziswaf dimana layanan pada aplikasi ini memudahkan kepada nasabah yang ingin menyalurkan zakat, infaq, sedekah dan wakaf dimana saja dan kapan saja. Dengan fitur layanan yang begitu lengkap ini, tentunya memberikan manfaat kepada umat selain mendampingi secara finansial namun juga mendampingi secara social dan spiritual.

Sedekah dan infaq dianjurkan dalam Islam guna membantu saudara kita yang membutuhkan untuk memenuhi kehidupannya. Firman Allah yang menganjurkan untuk melakukan sedekah atau infaq dalam Surat Al-Baqarah ayat 195:

وَأَنْفِقُوا مِنْ مَّا رَزَقْنَاكُمْ عَلَىٰ حَشْرٍ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ أَلَّا تَكُونُوا مِمَّنْ يَلْقَىٰ
 وَجْهَ رَبِّهِ الرَّحِيمِ

Artinya: “Dan infakkanlah (hartamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu jatuhkan (diri sendiri) ke dalam kebinasaan dengan tangan sendiri, dan berbuat baiklah. Sungguh Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”

Dalam Islam melihat kehidupan individu sama pentingnya dengan pembangunan kehidupan sosial dan juga mengajarkan tentang keadilan dan persaudaraan dalam masyarakat. Sebagaimana firman Allah dalam surat Az-Zariyat ayat 19:

وَوَدِّعْ أَمْوَالَهُمْ
 حَاحَ لِّسَالَةِ حَوْمِ
 دِلْمِ قِ اَلْدَلَمِ

Artinya: Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian.

Islam menganjurkan kita untuk membagikan harta dengan melalui zakat, infak dan sedekah guna menjaga keharmonisan dalam kehidupan social (Sudarsono, 2003). Dengan adanya fitur layanan yang terdapat BSI mobile banking, diharapkan dapat mengoptimalkan pengumpulan serta penyaluran zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF). Dengan kemajuan teknologi saat ini, BSI dapat menjadi pilihan masyarakat untuk menyalurkan ZISWAF secara instan melalui layanan pada platform BSI mobile banking sehingga dapat memenuhi kebutuhan nasabah di era digitalisasi serta senantiasa menawarkan berbagai layanan dalam bertransaksi sesuai dengan prinsip syariah.

Seperti yang kita tahu, ZISWAF di Indonesia memiliki potensi yang luar biasa namun jumlah yang terakumulasi itu belum seberapa dibanding potensinya. Peran lembaga keuangan syariah yakni sebagai mensejahterakan ekonomi umat melalui berbagai instrument syariah

salah satunya adalah penguatan ekosistem ZISWAF. Maka dari itu, BSI dengan melalui platform BSI mobile ini harapannya masyarakat lebih mudah menunaikan ZISWAF dimanapun dan kapanpun. BSI juga terus berupaya agar memobilisasi dengan baik agar dapat menjadi salah satu sumber dana pembiayaan umat sekaligus untuk pembangunan dan dapat menjadi potensi yang besar bagi pertumbuhan BSI ini sendiri.

Dalam penelitian ini nilai koefisien regresi variabel fitur layanan sebesar 0,184 yang berarti apabila nilai fitur layanan mengalami kenaikan dan variabel lainnya konstan, maka minat nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,184. Selain itu, koefisien fitur layanan (X_2) dan minat nasabah (Y) memiliki nilai positif yang berarti kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang positif atau searah dimana kenaikan nilai fitur layanan akan meningkatkan pada minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI mobile banking.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara fitur layanan terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 dalam menggunakan BSI Mobile. Semakin lengkap fitur layanan yang terdapat pada aplikasi BSI mobile banking maka semakin tinggi pula minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.

5.2.3 Pengaruh manfaat terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI Mobile banking Secara Parsial

Berdasarkan pada tabel 4.13 hasil penelitian melalui hasil uji t menunjukkan bahwa variabel manfaat terdapat pengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI mobile banking. Hal ini telah dibuktikan bahwa variabel manfaat mempunyai t hitung lebih besar dari t tabel yakni $2,585 > 1,985$ dan nilai signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$. Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara fitur layanan terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 dalam menggunakan BSI mobile banking secara parsial.

Kemanfaatan menurut (Davis, 1989) didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang mempercayai bahwa pemakaian suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja seseorang dalam bekerja, yang berarti bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan produktivitas kinerja seseorang yang memakai fasilitas tersebut. Penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Afifah, 2017) menyatakan bahwa manfaat berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking bank syariah mandiri. Sejalan juga dengan penelitian (Kurniaputra & Nurhadi,

2018) yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan nasabah menggunakan mobile banking BRI di Surabaya.

Dari hasil wawancara peneliti dengan responden yang bernama Kholifa pada tanggal 12 Mei 2022 terkait manfaat yang terdapat pada aplikasi BSI mobile banking, responden mengatakan:

“Menurut saya mbak, semenjak saya menggunakan BSI ini saya merasa banyak manfaat yang didapat. Salah satunya saya tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga, tidak perlu keluar rumah untuk melakukan transaksi. Terus bisa melakukan transfer lebih cepat. Banyak sekali manfaatnya, kita juga bisa sedekah secara online. Terus juga ada jadwal sholatnya mbak jadi kayak sering mengingatkan gitu jadi memudahkan. Bermanfaat sekali BSI mobile banking ini jadi tidak perlu ke ATM kalau mau transfer.”

Sesuai dengan tolak ukur kemanfaatan dalam penggunaan teknologi informasi ini, yakni dapat meningkatkan produktifitas, membuat pekerjaan lebih efektif, dan pekerjaan lebih cepat. Dengan adanya BSI mobile ini membuat pekerjaan lebih efektif dan efisien karena nasabah dapat melakukannya dimana dan kapan saja. Menjadi lebih fleksibel untuk bertransaksi seperti transfer, pembayaran tagihan, cek saldo dan lainnya. Hal inilah yang diharapkan oleh nasabah dalam menggunakan mobile banking yakni dapat merasakan kemanfaatannya setelah menggunakan.

Dalam konsep ekonomi Islam dalam menjalankan operasinya tidak hanya tentang mendapatkan keuntungan saja, namun mengedepankan manfaat, keberkahan, serta memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhoi oleh Allah SWT (Purnomo, 2017). Hal ini

sejalan dengan kajian hukum Islam dalam konsep masalah, masalah merupakan segala sesuatu yang baik menurut akal dengan tujuan untuk mewujudkan kemaslahatan dan menghindari kemudharatan yang sejalan dengan tujuan syar'i dalam mensyari'atkan hukum (Zuhri, 2011). Tentunya bertransaksi dengan menggunakan aplikasi mobile banking berbasis syariah ini, yaitu BSI mobile banking jika mengambil kemanfaatannya merupakan bentuk kemudahan teknologi dalam system transaksi uang secara online ini.

Perkembangan zaman yang begitu pesat ini dalam Islam dapat dilihat dengan manfaat yang didapatkan bagi ummat, apakah membawa dampak positif atau negatif yang didapatkan. Dengan adanya BSI mobile banking, nasabah dapat melakukan transaksi tanpa datang ke kantor bank. Sesuai dengan narasumber yang menggunakan aplikasi ini, yaitu dapat manfaat yang dirasakannya mulai dari transfer dapat lebih cepat, fitur layanan yang lengkap dan terdapat layanan Islami. Tentunya hal ini merupakan suatu hal yang memiliki dampak yang positif untuk mendapatkan kemanfaatan, kebaikan maupun menghindari kemudharatan atau disebutkan dengan masalah.

Dalam penelitian ini nilai koefisien regresi variabel manfaat sebesar 0,219 yang berarti apabila nilai manfaat mengalami kenaikan dan variabel lainnya konstan, maka minat nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,219. Selain itu, koefisien manfaat (X3) dan minat nasabah (Y) memiliki nilai positif yang berarti kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang positif atau searah dimana kenaikan nilai manfaat akan meningkatkan pada minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI Mobile banking. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara manfaat terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 dalam menggunakan BSI Mobile.

5.2.4 Pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI Mobile Banking Secara Parsial

Berdasarkan pada tabel 4.13 hasil penelitian melalui hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kemudahan terdapat pengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI mobile banking. Hal ini telah dibuktikan bahwa variabel kemudahan mempunyai t hitung lebih besar dari t tabel yakni $2,906 > 1,985$ dan nilai signifikansi sebesar $0,005$ yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari nilai α ($0,05$) yakni $0,005 < 0,05$. Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan terhadap minat

nasabah BSI KCP Mojopahit 2 dalam menggunakan BSI Mobile Banking secara parsial.

Sesuai teori yang dikemukakan oleh (Davis, 1989) suatu sistem dalam teknologi informasi apabila dikatakan mudah, tingkat dimana seseorang percaya bahwa penggunaan system informasi bebas dari kesalahan dan mudah digunakan sehingga tanpa memerlukan usaha keras untuk pemakaiannya. Hasil dari penelitian ini juga selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan (Rizky, 2018) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-Banking dalam bertransaksi pada UMKM di Kecamatan Buleleng. Selain itu didukung penelitian oleh (Maula, 2021) yang mengemukakan bahwa kemudahan berpengaruh positif sehingga memiliki arti bahwa dengan meningkatkan kemudahan akan meningkatkan sikap nasabah dalam penggunaan mobile banking BSI Syariah KCP Ponorogo.

Dari hasil wawancara peneliti dengan responden yang bernama Desy pada tanggal 13 Mei 2022 terkait kemudahan yang terdapat pada aplikasi BSI Mobile Banking, responden mengatakan:

“Menurut saya BSI mobile banking ini mudah sekali digunakan, saya sudah menggunakan kurang lebih 7 bulan yang lalu Alhamdulillah tidak ada kendala sama sekali. Mungkin itu sih mbak, setiap membuka fitur harus memasukkan kata sandi dulu, tapi gak terlalu masalah sih

mbak soalnya demi keamanan juga. Selebihnya sudah bagus sangat memudahkan bagi saya dalam menggunakannya.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah tersebut, menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Dalam penelitian ini nilai koefisien regresi variabel manfaat sebesar 0,191 yang berarti apabila nilai manfaat mengalami kenaikan dan variabel lainnya konstan, maka minat nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,191. Selain itu, koefisien manfaat (X3) dan minat nasabah (Y) memiliki nilai positif yang berarti kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang positif atau searah dimana kenaikan nilai manfaat akan meningkatkan pada minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI mobile banking.

Persepsi kemudahan selaras dengan manfaat, dimana semakin mudah sistem maka semakin meningkat pula tingkat kebermanfaatan yang dirasakan. Penggunaan mobile banking memiliki sifat kemaslahatan yang artinya dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi, seiring adanya pandemi yang melanda dunia saat ini masyarakat sudah terbiasa melakukan secara online salah satunya yaitu transaksi melalui online. Selama tidak ada unsur kecurangan dan penipuan serta membawa manfaat bagi umat maka penggunaan mobile banking boleh dilakukan.

Kemudahan tentang transaksi pembayaran dengan mengikuti perkembangan zaman sebenarnya memiliki poin tersendiri, seperti mempermudah dalam melakukan transaksi, membantu masyarakat dalam berhemat, karena uang tidak dipegang oleh tangan secara langsung.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara manfaat terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 dalam menggunakan BSI Mobile. Masyarakat akan menggunakan aplikasi mobile banking apabila mereka merasakan kemudahan dari aplikasi mobile banking tersebut.

5.3 Pengaruh Simultan

5.3.1 Pengaruh Pengetahuan, Fitur Layanan, Manfaat dan Kemudahan terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI Mobile Banking (Bersama-sama)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan, fitur layanan, manfaat dan kemudahan secara simultan terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI Mobile banking. Dari analisis berganda diperoleh nilai koefisien regresi X1 sebesar 0,175, koefisien regresi X2 sebesar 0,184, koefisien regresi X3 sebesar 0,219, koefisien regresi X4 sebesar 0,191 dan bilangan konstantanya 1,433. Sehingga diperoleh persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 1,433 + 0,175 X_1 + 0,184 X_2 + 0,219 X_3 + 0,191 X_4 + e$$

Persamaan tersebut memiliki arti jika nilai X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan, maka Y akan tetap sebesar 1,433. Kemudian nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,175 memiliki arti bahwa setiap kenaikan variabel pengetahuan sebesar satu satuan akan menaikkan variabel minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI Mobile banking sebesar 0,175. Lalu, nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,184 memiliki arti bahwa setiap kenaikan variabel fitur layanan sebesar satu satuan akan menaikkan variabel minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI mobile banking sebesar 0,184. Kemudian nilai koefisien regresi X_3 sebesar 0,219 memiliki arti bahwa setiap kenaikan variabel manfaat sebesar satu satuan akan menaikkan variabel minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI Mobile banking sebesar 0,219. Keempat, Kemudian nilai koefisien regresi X_4 sebesar 0,191 memiliki arti bahwa setiap kenaikan variabel kemudahan sebesar satu satuan akan menaikkan variabel minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI mobile banking sebesar 0,191. Hal ini berarti arah model tersebut adalah positif.

Berdasarkan hasil perhitungan uji f (simultan) pada tabel 4.12 diperoleh bahwa nilai f hitung $>$ f tabel yaitu $36,197 >$ $2,47$ dan

memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikansi $0,000 < 0,005$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa secara simultan variabel pengetahuan, fitur layanan, manfaat, dan kemudahan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI mobile banking. Hal ini berarti minat nasabah dalam menggunakan BSI Mobile di pengaruhi oleh pengetahuan, fitur layanan, manfaat dan kemudahan.

5.4 Uji Dominan

5.4.1 Variabel yang paling berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile banking

Untuk menentukan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan dapat dilihat dari nilai standardized coefficients dari model regresi (Ghozali, 2016). Semakin besar nilai beta maka menunjukkan bahwa variabel tersebutlah yang memiliki pengaruh paling dominan. Berdasarkan hasil output SPSS pada Uji Regresi Linier Berganda tabel 4.11 diketahui variabel manfaat (X3) mempunyai nilai beta paling besar daripada variabel lainnya yaitu sebesar 0,266. Hal ini berarti bahwa variabel manfaat memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap minat nasabah KCP BSI Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI mobile banking.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 24 mengenai pengaruh pengetahuan, fitur layanan, manfaat dan kemudahan terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI mobile banking. Maka, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan uji parsial (uji t) yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, fitur layanan, manfaat dan kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI Mobile banking.
- b. Berdasarkan uji simultan (uji F) yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, fitur layanan, manfaat dan kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI Mobile banking.
- c. Berdasarkan uji parsial (uji T) dapat dilihat variabel manfaat (X3) mempunyai nilai beta paling besar daripada variabel lainnya yaitu sebesar 0,266. Hal ini berarti bahwa variabel manfaat memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap minat nasabah KCP BSI Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI Mobile banking.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang sudah dibahas sebelumnya, maka peneliti akan menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Sesuai dengan hasil penelitian, variabel pengetahuan, fitur layanan, manfaat dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah BSI KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI Mobile banking. Diharapkan pihak perbankan dapat memberikan informasi seputar pengetahuan mengenai BSI mobile banking lebih jelas lagi dan dapat mempertahankan serta memaksimalkan fitur-fitur layanan, manfaat dan kemudahan dalam penggunaan mobile banking agar meningkatnya rasa minat nasabah sehingga dapat menjadikan aplikasi BSI mobile banking menjadi pilihan utama dalam bertransaksi.
- b. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini lebih lanjut lagi dengan mengganti objek penelitian, menambah variabel lain serta teori yang terbaru mengenai minat dalam penggunaan mobile banking sehingga dapat memperbaiki dan menghasilkan penelitian yang lebih baik dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, Narbuko, K. (2003). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Afifah, R. (2017). *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Alimuddin, M., Nurdin, N., & Amalia, R. (2020). Produk Layanan Transaksi Online Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 57–74. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v1i2.11.57-74>
- Davis, F. . (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(5), 319–339.
- Dewi, K. S. (2018). *Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada Santri Nurul Ummah*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Fadhli, R. F. & M. (2016). Pengaruh Persepsi Nasabah atas Rsisiko, Kpercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 1(2), 264–276.
- Febriani, E. W. (2020). *Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Manfaat, Keamanan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Syariah (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung)*. UIN Satu Tulungagung, Tulungagung.
- Fernos, J., & Alfadino, M. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(2), 115–125.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

- Hasan, I. (2004). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 22–33.
- Kotler, P., & Keller, K. J. (2012). *Marketing Management*. Global Edition 13. New Inc. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kurniapruta, A. Y., & Nurhadi, M. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bri Di Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 8(1), 109–120. <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1557>
- Marthauli, Mirati, E., & Vidyasari, R. (2019). Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Bca Mobile Di Wilayah Jabodetabek. *Account; Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 8(1), 1463–1471.
- Maula, N. F. (2021). Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Muhammad Kosim. (2008). Ilmu Pengetahuan Dalam Islam (Perspektif Filosofis-Historis) Mohammad Kosim. *Ilmu Pengetahuan Dalam Islam*, 3(2), 122–140.
- Muktisar, Ismail, & Evriyenni. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 56–72.
- Nadlifah, M. U. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Sistem Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Sikap Positif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UINSA Angkatan 2014-2016 Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Nasir, M., Mukhlis, M., & Miskarina, M. (2017). Pengetahuan Masyarakat Umum

- dan Masyarakat Santri Terhadap Bank Syariah. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 17(1), 43–60.
- Notoadmodjo, S. (2010). *Metode Penelitian Kesehatan*, edisi revisi. Jakarta: Rinneka Cipta.
- Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bacmid, & Abdul Jalil. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>
- Pavlou, P. (2001). *Integrating Trust in Electronic Commerce with The Technology Acceptance Model Development and Validation*. America: Amcis Proceedings.
- Poon. (2008). User Adoption of E – banking Services : The Malaysian Perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 23(1), 59 –69.
- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking. *Keunis*, 8(1), 1.
- Purnomo, A. (2017). Analisis Pembayaran Premi Dalam Asuransi Syariah. *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics*, 1(1), 27. <https://doi.org/10.26740/jie.v1n1.p27-40>
- Risma. (2021). Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri.
- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 160. <https://doi.org/10.17970/jrem.16.160110.id>
- Rizky, N. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Dalam Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa*

- Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha, 9(2), 191–202.
- Sharma, H. (2011). Bankers' Perspectives on E-Banking. *National Journal of Research in Management*, 1(1), 71–85.
- Shihab, M. Q. (2007). *Membumikan Al - Qur'an*. Bandung: Mirzan.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor - Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rinneka Cipta.
- Sugiono. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Syafiq, A. (2018). Peningkatan Kesadaran Masyarakat dalam Menunaikan Zakat, Infaq, Sedekah dan Wakaf. *Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 5(2), 363–385.
- Toni, Ira & Toufiq, A. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jember Sudirman. *Universitas Muhammadiyah Jember*, 35(8), 791–792.
<https://doi.org/10.2331/suisan.35.791>
- Vadly, M., Lubis, A., Studi, P., Administrasi, I., Ilmu, F., Dan, S., ... Utara, U. S. (2021). Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi Bsi Mobile Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Bank BSI KCP Rantauprapat. Universitas Sumatera Utara.
- Widianingrum, K. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta.
- Yudha, A. T. R. C., Amiruddin, A. R., Hilmi, A. F., Kaffah, A. F., Fauzi, F. N., Evarianti, I., Nadifa, Z. (2021). *Fintech Syariah: Teori dan Terapan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Zuhri, S. (2011). *Ushul Fiqh*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.