

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN
DAN KREDIBILITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING* PADA PT. BANK
SYARIAH INDONESIA, Tbk KC MEDAN ADAM
MALIK DI MASA PANDEMI *COVID-19***

SKRIPSI

Oleh:

Nadila.T.Oktapiani Sinulingga

NIM 0503172224

Program Studi

PERBANKAN SYARIAH



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

2022

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN
DAN KREDIBILITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING* PADA PT. BANK
SYARIAH INDONESIA, Tbk KC MEDAN ADAM
MALIK DI MASA PANDEMI *COVID-19***

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Oleh:

Nadila.T.Oktapiani Sinulingga

NIM 0503172224

Program Studi

PERBANKAN SYARIAH



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

2022

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadila.T.Oktapiani Sinulingga
Nim : 0503172224
Tempat/Tgl Lahir : Medan, 18 Oktober 1999
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Bakti Gg.Dame Desa Baru Pancurbatu

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* pada PT.Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik Di Masa Pandemi *Covid-19***" benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 19 Januari 2022

Yang Membuat Pernyataan



Nadila.T.Oktapiani Sinulingga

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN
DAN KREDIBILITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING* PADA PT. BANK
SYARIAH INDONESIA, Tbk KC MEDAN ADAM
MALIK DI MASA PANDEMI *COVID-19*.**

Oleh:

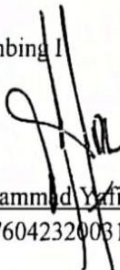
Nadila.T.Oktapiani Sinulingga

Nim. 0503172224


Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah

Medan, 27 Desember 2021

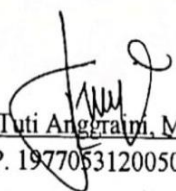
Pembimbing I


Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIP.197604232003121002

Pembimbing II


Kusmilawaty, M.Ak
NIP.198006142015032001

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Dr. Tuti Angraeni, MA
NIP. 197705312005012007

PENGESAHAN

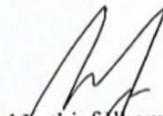
Skripsi Berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* pada PT.Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik Di Masa Pandemi *Covid-19*” a.n Nadila T.Oktapiani Sinulingga, NIM 0503172224 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan pada tanggal 13 Januari 2022. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Medan, 19 Januari 2022
Panitia Sidang Munaqasyah
Program Studi Perbankan Syariah


Ketua



Dr. Tuti Anggraini, MA
NIDN. 2031057701


Sekretaris

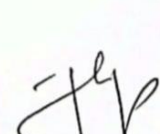

Muhammad Lathief Hamy Nasution, M.E.I
NIDN. 2026048901

Anggota

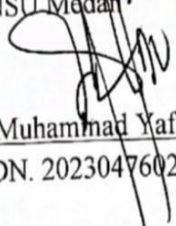
1. 
Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIDN. 2023047602

2. 
Kusmi Lawaty, M.Ak
NIDN. 2014068001

3. 
Dr. Fauzi Ari Lubis, M.A
NIDN. 2024138401

4. 
Muhammad Ihsan Harahap, M.E.I
NIDN. 0105018901

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UINSU Medan


Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIDN. 2023047602

ABSTRAK

Nadila.T.Oktapiani Sinulingga (2021), NIM: 0503172224, Judul Skripsi: **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* pada PT.Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik Di Masa Pandemi *Covid-19*”**, Pembimbing Skripsi I Bapak Dr.Muhammad Yafiz,M.Ag dan Pembimbing Skripsi II Ibu Kusmilawaty,M.Ak

Kebijakan yang dikeluarkan perbankan untuk dapat bertahan di tengah *pandemic Covid-19* adalah menerapkan digitalisasi layanan perbankan melalui *Mobile Banking*. *Mobile Banking* adalah layanan produk perbankan yang dapat diakses di mana saja tanpa dibatasi tempat dan waktu. Akan tetapi,ada saja keluhan yang disampaikan oleh nasabah yaitu Adanya *Mobile banking* tidak dapat menghemat waktu nasabah dalam bertransaksi karena mereka harus berulang kali ke bank untuk mengurus masalah jika terjadi gangguan sistem layanan yang membuat transaksinya sering gagal, Kesulitan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*, dan nasabah yang takut dengan sistem keamanan dari *Mobile Banking* itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Manfaat,Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 1.380 data mencakup seluruh nasabah PT.Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik yang menggunakan *Mobile Banking*. Dengan teknik pengambilan sampel dengan metode *Random Sample dan Accidental Sampling*. Teknik pengambilan data dengan wawancara dan menyebar kuisisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh signifikan Manfaat terhadap Keputusan Nasabah dengan nilai signifikan sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,112 > t$ tabel 1,986.(2) terdapat pengaruh signifikan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Nasabah dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,602 > t$ tabel 1,986. (3) terdapat pengaruh signifikan Kredibilitas terhadap Keputusan Nasabah dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,595 > t$ tabel 1,986. (4) Persepsi Manfaat,Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $167,992 > F$ tabel 2,71.

Kata Kunci : Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Kredibilitas, Keputusan Nasabah, *Mobile Banking*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* pada PT.Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik Di Masa Pandemi Covid-19”** ini dengan baik. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda kita Nabi Besar Muhammad SAW beserta seluruh keluarga,sahabat dan para pengikutnya, semoga kelak kita mendapatkan syafaatnya di yaumul akhirat nantinya.

Skripsi ini disusun untuk dapat memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Selama proses penyusunan skripsi, penulis banyak memperoleh bantuan dan dukungan yang sangat berharga berupa motivasi, bimbingan dan pengarahan serta saran-saran baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih khususnya yang teristimewa kepada kedua orang tua penulis Ayahanda tercinta Nasrun Sinulingga dan Ibunda tercinta Pariah dan untuk ke 3 saudara saya abangda Mhd.Yudha Prawira Sinulingga, kakanda Annisa Pratiwi Sinulingga dan adinda Wildani Syahfitri Sinulingga yang selalu ada di setiap kondisi apapun, dan tidak pernah lelah memberikan kasih sayang, doa dan nasihat serta semangat yang tulus hingga saat ini demi kelancaran dan keberhasilan penulis dalam menyusun skripsi ini.

Serta penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof.Dr.Syahrin Harahap,MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

2. Bapak Dr.Muhammad Yafiz,M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan pembimbing I skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan serta saran-saran dari awal penyusunan skripsi sampai dengan selesai.
3. Ibu Dr.Tuti Anggraini, MA selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
4. Bapak Muhammad Latief Ilhamy Nasution,M.E.I selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
5. Bapak Dr.Sugianto,M.A selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan serta selalu dapat meluangkan waktunya selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
6. Ibu Kusmilawaty M.Ak selaku pembimbing II skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan serta saran-saran dari awal penyusunan skripsi sampai dengan selesai.
7. Terima kasih kepada seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu yang luar biasa serta membantu penulis dalam kegiatan perkuliahan.
8. Terima kasih kepada Staff dan Pegawai PT.Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik yang memberikan semangat serta banyak membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Terima kasih untuk diriku sendiri, *thank you for being strong and being able to endure through all the obstacles that really drain your energy, shed tears and you can go through all of that with patience. You give all this struggle so that you are successful and can make your parents happy letter. I am proud of myself.*
10. Terima kasih kepada teman terbaik saya Fadilah Sandi, Latifah Hanum Nasution, Aisyah Amini Ismail, Rahmayanti Marpaung, Najunda Sari,Gemila Sari Daulay, Ubay Gusti Ayu Ningsih dan lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang selalu memberikan *support system*, menjadi pendengar yang baik ketika penulis merasa sedih karena

kendala yang dihadapi dan doa terbaiknya agar penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik

11. Terima kasih kepada Sahabat SMA saya yaitu Ovi Milenia, Wibi Prastio dan Sitta Kartika Lubis yang selalu memberikan motivasi, doa dan inspirasi bagi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Terimakasih kepada Kak Mela Nurwansyah Demisioner IQEB yang telah memberikan motivasi dan membantu penulis dalam menyelesaikan perkuliahan ini.
13. Terimakasih kepada seluruh teman-teman penulis kelas Perbankan Syariah B yang telah sama-sama berjuang melewati 4 tahun perkuliahan dan telah memberikan semangat dan doa terbaiknya kepada penulis.
14. Terimakasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu serta telah membantu memperoleh data dan informasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Medan, 27 Desember 2021



Nadila.T.Oktapiani Sinulingga

NIM.0503172224

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan dan Kegunaan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Kajian Teoritis	12
1. Keputusan Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	12
2. Persepsi Manfaat	17
3. Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	18
4. Persepsi Kredibilitas	19
B. Kajian Terdahulu.....	21
C. Kerangka Konseptual	27
D. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Pendekatan Penelitian	31
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	31

C.	Jenis dan Sumber Data	32
D.	Populasi dan Sampel	33
E.	Defenisi Operasional	35
F.	Tekhnik dan Instrumen Pengumpulan Data	40
G.	Analisis Data.....	41
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A.	Hasil Penelitian	48
1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	48
2.	Hasil Uji Analisis	52
B.	Pembahasan	68
BAB V	PENUTUP	73
A.	Kesimpulan	73
B.	Saran.....	74
DAFTAR	PUSTAKA	76
DAFTAR	LAMPIRAN.....	79
DAFTAR	RIWAYAT HIDUP.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1.1 Jumlah Nasabah Pengguna Mobile Banking PT.Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik dari Bulan Maret 2020- Maret 2021.....	6
2.1 Kajian Terdahulu.....	21
3.1 Defenisi Operasional	36
3.2 Kriteria Penilaian Kuisisioner	41
4.1 Descriptive Statistics	52
4.2 Deskriptif Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.3 Deskriptif Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.4 Deskriptif Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
4.5 Deskriptif Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.6 Deskriptif Frekuensi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Mobile Banking	55
4.7 Deskriptif Frekuensi Responden Berdasarkan Perangkat Yang Digunakan Untuk Mengakses Layanan Mobile Banking	55
4.8 Hasil Uji Validitas.....	56
4.9 Hasil Uji Reliabilitas	58
4.10 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov	59
4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	61
4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji glejser	63
4.13 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	63
4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	65
4.15 Hasil Uji t (Parsial).....	66
4.16 Hasil Uji F (Simultan)	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1.1 Data Jumlah Serangan Siber Januari-Agustus 2019/2020	8
2.1 Pengembangan <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> (Wang et al.(2003))	14
2.2 Kerangka Konseptual	27
4.1 Logo Bank Syariah Indonesia.....	49
4.2 Sruktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik	51
4.3 Hasil Uji P-Plot.....	58
4.4 Uji Heteroskedastisitas Scatterplots.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1 Kuisisioner Penelitian	79
2 Hasil Data Kuisisioner	86
3 Hasil Analisis Data SPSS	96

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Mulai Awal Maret 2020 dunia dikejutkan dengan cepatnya penyebaran virus korona yang memiliki resiko kematian yang tinggi. *Covid-19* adalah penyakit yang disebabkan oleh virus *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS Cov-2)*.¹ Kasus pertama penyakit ini terjadi di kota Wuhan, Cina pada akhir Desember 2019 dan virus ini ditetapkan sebagai *pandemic* oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada 11 Maret 2020.²

Covid-19 tidak hanya berdampak pada keselamatan manusia tetapi juga merusak kehidupan ekonomi secara global. Banyak Negara yang menyatakan *lockdown* dan akibatnya kerjasama perdagangan baik ekspor ataupun impor antar Negara menjadi terganggu. Banyak Negara yang menyatakan diri dalam kondisi krisis dan ekonominya minus akibat krisis global dan *pandemic Covid-19* ini. Kemunculan virus Corona ini menjadi pukulan berat bagi perekonomian Indonesia. Seluruh sector usaha termasuk UMKM ikut terkena imbas. *Covid-19* juga berdampak pada angka kemiskinan, inflasi, nilai tukar rupiah hingga kinerja Indeks Saham Gabungan (IHSG).

Pandemi *Covid-19* menjadi tantangan bagi dunia bisnis khususnya perbankan. Perbankan merupakan salah satu lembaga yang mempunyai peran strategis dalam menyelaraskan, menyerasikan serta menyeimbangkan berbagai unsur pembangunan. Peran yang strategis ini disebabkan oleh fungsi utama bank yaitu sebagai lembaga yang dapat menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien, yang berdasarkan asas demokrasi ekonomi mendukung pelaksanaan pembangunan dalam rangka meningkatkan pemerataan,

¹ Merry Dame Cristy Pane.2020. "*COVID-19*", <https://www.aladokter.com/Covid-19>. Diunduh pada tanggal 03 Januari 2021

² Emas Supriatna,"Wabah Corona Virus Disease *Covid-19* Dalam Pandangan Islam" dalam *Jurnal Sosial & Budaya Syar-I* Vol.07,No.06 (2020) h.556.

pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan taraf hidup rakyat banyak.³ Kegiatan usaha lembaga dapat berupa menghimpun dana dengan menawarkan berbagai skema atau kegiatan menyalurkan dan menghimpun dana sekaligus, di mana kegiatan usaha lembaga keuangan dibuat untuk investasi perusahaan, kegiatan konsumsi, dan kegiatan distribusi barang dan jasa.⁴ Untuk menjalankan fungsinya ini bank syariah dituntut untuk dapat berinteraksi dengan banyak orang. Namun situasi sekarang ini, ancaman terhadap paparan *Covid-19* menjadi tantangan bagi lembaga perbankan. Perbankan diharuskan membuat strategi agar bisa bertahan di situasi yang mengawatirkan saat ini. Kondisi ini mengharuskan mereka untuk melakukan inovasi baru dalam mengatasi resiko keuangan yang terjadi.

Perbankan syariah harus melihat lebih jauh permasalahan penyebaran virus ini sebagai tantangan yang harus dirubah menjadi sebuah kesempatan untuk berbenah. Bank syariah dituntut untuk mengoptimalkan digitalisasi layanan perbankan agar bisa bersaing dan bangkit kembali. Mereka dituntut agar bisa menghadirkan lebih banyak kemudahan untuk nasabah dan cara ini dilakukan untuk mengurangi penyebaran *Covid-19*. Apalagi ketika WHO mengatakan bahwa penyebaran virus ini bisa menyebar melalui uang kertas, bahkan ada Negara yang menyemprot uang kertasnya agar tidak terjadi penyebaran melalui channel ini. Penerapan digitalisasi layanan perbankan yang mampu memudahkan para nasabah melakukan seluruh transaksi dalam satu aplikasi merupakan sebuah keharusan yang harus dimiliki oleh bank syariah.⁵ Penggunaan teknologi yang terus meningkat mengharuskan perbankan untuk terus melakukan sosialisasi dan edukasi kepada seluruh nasabah tentang penggunaan teknologi perbankan dengan diikuti perasaan nyaman dan tidak takut terhadap kemungkinan ketidakamanan

³ Hassanudin Rahma, *Kebijakan Kredit perbankan yang berwawasan lingkungan*, (Jakarta: PT Citra Aditya Bakti, 2007), h.2.

⁴ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Depok:Kencana, cet 8, 2017),h.50

⁵ Wihdan Hidayat, "Perbankan Syariah Hadapi *Covid-19*, Tantangan dan Solusi, <https://republika.co.id>. Diunduh pada tanggal 03 Januari 2021

dalam menggunakan teknologi tersebut atau bahkan memberikan jaminan secara nyata kepada pengguna jasa keuangan tersebut.⁶

Kebijakan yang dikeluarkan oleh perbankan untuk dapat bertahan di tengah pandemi *Covid-19* salah satunya dengan menerapkan digitalisasi layanan perbankan melalui *Mobile Banking*. Dalam dunia perbankan bukan hanya bank konvensional yang menerapkan sistem digital akan tetapi bank-bank syariah juga menggunakannya untuk memudahkan dalam segi pelayanan. Meningkatkan pelayanan pelanggan merupakan suatu usaha untuk menembus batasan-batasan ruang dan waktu yang hanya dapat dilakukan dengan bantuan teknologi komputer dan telekomunikasi. Pada saat yang bersamaan, teknologi ini pula yang akan menjadi senjata bagi bank yang bersangkutan untuk bersaing dengan bank lain, terutama dalam usahanya untuk menciptakan suatu produk pelayanan yang lebih murah, lebih baik dan lebih cepat.

Salah satu Bank Syariah yang sudah menggunakan digitalisasi layanan perbankan adalah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik. Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). 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 Bank BRI Syariah Tbk serta Izin Perubahan Nama dengan Menggunakan Izin Usaha PT Bank BRI Syariah Tbk Menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai Bank Hasil Penggabungan.⁷

Teknologi dapat mengubah aturan permainan bagi layanan dengan cara mendasar. Perbankan berubah memiliki kemampuan menjadi bank online dan via

⁶ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h.7.

⁷ <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>. Diunduh pada tanggal 22 Februari 2021

aplikasi *mobile*. Beberapa nasabah jarang terlihat di bank atau bertransaksi dengan karyawan lagi.⁸

Pengguna *electronic banking* tumbuh di seluruh dunia di mana nasabah merasakan kemudahan dalam melakukannya. Dengan pertumbuhan ini, bank juga memperkenalkan “*Mobile Banking*” untuk melakukan pembayaran *mobile* yang merupakan solusi untuk memfasilitasi dan membuat nasabah agar lebih mudah. *Mobile Banking* adalah layanan produk perbankan yang dapat diakses di mana saja tanpa dibatasi tempat dan waktu. Dengan menu aplikasi *Mobile Banking* yang berhubungan dengan jaringan internet pada handphone dikombinasikan dengan SMS (*Short Message Service*), nasabah tidak perlu lagi datang ke bank atau ATM untuk melakukan transaksi perbankan seperti transfer uang, cek saldo, pembelian token, top up ataupun pembayaran tagihan kecuali untuk tarik tunai. Selain kemudahan yang diperoleh untuk mengetahui informasi keuangan, manfaat yang didapat oleh nasabah pada kenyataannya tidak selalu berjalan mulus dalam menggunakan aplikasi tersebut. Keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking* ini tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya yaitu persepsi-persepsi nasabah itu sendiri terhadap aplikasi *Mobile Banking*.

Salah satu teori yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan individu terhadap penggunaan sistem teknologi salah satunya terkait dengan *Mobile Banking* yaitu model *TAM (Technology Accptance Model)*. *TAM* kemudian digunakan untuk menerangkan perilaku penerima individu terhadap teknologi informasi yang menyimpulkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan adalah penentu utama penggunaan teknologi. *TAM* telah diakui sebagai model yang kuat untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan individu terhadap teknologi.

TAM memprediksi penerimaan penggunaan terhadap teknologi berdasarkan pengaruh dari dua faktor kognitif yaitu persepsi manfaat (*perceived*

⁸Philip Kotler and Kevin Lane Keller (15th ed.) *Marketing Management*,(New Jersey: Pearson Pretice Hall,2016)

usefulness) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*).⁹ Teori TAM ini dikembangkan oleh Wang et.al. Alasan penggunaan model Wang et al karena penelitian tersebut lebih lengkap dibandingkan dengan penelitian terdahulu dan terbaru. Di mana dalam model wang variable yang membedakan dari Davis adalah persepsi kredibilitas (*perceived credibility*).

Dalam skripsi ini peneliti melakukan penelitian berkaitan dengan persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kredibilitas terhadap layanan *Mobile Banking*. Persepsi manfaat didefinisikan sebagai suatu pendapat seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja, artinya bahwa adanya manfaat dari fasilitas *Mobile Banking* akan mampu meningkatkan produktivitas kinerja bagi orang yang menggunakan fasilitas tersebut. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan pendapat seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Faktor yang lainnya yaitu persepsi kredibilitas yang didefinisikan sebagai pendapat seseorang percaya bahwa sistem yang digunakan tetap menjamin keamanan dan privasinya. Persepsi kredibilitas ini berhubungan dengan kejahatan, termasuk serangan *cyber*. Keamanan adalah hal yang sangat penting dalam sistem perbankan karena menyangkut data-data privasi penting seperti data pribadi nasabah yang sangat rahasia. Oleh karena itu, keamanan suatu transaksi sangatlah penting bagi perbankan. Keamanan menjadi salah satu alasan yang mempengaruhi nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Selain itu juga yang harus dihadapi dalam *Mobile Banking* adalah kegagalan dalam melakukan transaksi dan melakukan transaksi berulang karena tidak memiliki mekanisme untuk menjaga koneksi, dampaknya bisa menimbulkan kerugian pada nasabah walaupun kita bisa mengadakan kepada pihak bank dalam memakan waktu yang lama.

Peneliti mengambil studi kasus pada layanan *Mobile Banking* PT.Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik. Salah satu layanan yang

⁹ Davis,*Perceived usefulness,Perceived ease of use,And User Acceptance Of Information Technology*.MS Quarterly (online) Vol.13 Iss.3, 1989,h. 318.

dioptimalkan di tengah pandemi *Covid-19* yaitu layanan E-banking. E-banking adalah layanan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet sebagai perantara antara nasabah dengan bank tanpa harus mendatangi kantor bank. Nasabah dapat menggunakan perangkat computer desktop, laptop, tablet atau smartphone yang terhubung ke jaringan internet sebagai penghubung antara perangkat nasabah dengan sistem bank. Bentuk layanan perbankan berbasis online adalah ATM atau biasa dikenal anjungan tunai mandiri. Selain ATM, *electronic banking* juga merupakan salah satu jasa dari *online banking* yang dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. *Electronic Banking* merupakan layanan perbankan yang meliputi *Internet Banking*, *Mobile Banking*, *Phone Banking* dan *SMS Banking* dan SMS Notifikasi. Inovasi yang dilakukan pihak PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik sejak adanya *Covid-19* adalah nasabah bisa registrasi sendiri tanpa harus mendatangi bank jika No. Hp terdaftar di sistem bank BSI.

Peneliti mendapatkan informasi dari customer service bahwa nasabah yang menggunakan *Mobile Banking* selama pandemi *Covid-19* pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik berjumlah 1.380 orang. Berikut jumlah nasabah pengguna *Mobile Banking* PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik dari Maret 2020 - Maret 2021.¹⁰

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Pengguna *Mobile Banking* PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik dari Bulan Maret 2020- Maret 2021

No	Bulan	Jumlah Nasabah
1.	Maret	54 orang
2.	April	43 orang
3.	Mei	39 orang
4.	Juni	61 orang

¹⁰ Silvi, Customer Service PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik, wawancara di Medan, tanggal 31 Maret 2021

5.	Juli	77 orang
6.	Agustus	133 orang
7.	September	186 orang
8.	Oktober	115 orang
9.	November	102 orang
10.	Desember	112 orang
11.	Januari	88 orang
12.	Februari	193 orang
13.	Maret	177 orang
JUMLAH		1.380 orang

Sumber: data *customer service* tentang pengguna *Mobile Banking*

Dari Tabel 1.1 terlihat bahwa data nasabah pengguna *Mobile Banking* mengalami fluktuatif selama *Covid-19*. Ada beberapa masalah yang dialami pengguna saat menggunakan *Mobile Banking*. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan nasabah, Ibu Siska menyatakan bahwa masalah yang didapat yaitu kesulitan dia dalam menggunakan *Mobile Banking*. Sedangkan Bapak Ridwan menyatakan bahwa adanya gangguan sistem layanan di mana saat dia melakukan transaksi sering gagal tetapi saldonya terpotong (terdebet). Apalagi dalam menyelesaikan masalah tersebut ia harus menunggu selama 20 hari kerja. Dari masalah-masalah tersebut akan merepotkan nasabah karena waktu mereka terbuang untuk mengurus masalah tersebut dan akan berdampak kepada pengguna yang belum menggunakan *Mobile Banking* karena mereka lebih aman ketika melakukan transaksi langsung ke bank ataupun ke ATM tanpa khawatir uangnya akan terdebet ketika akan melakukan transaksi.



Gambar 1.1 Data Jumlah Serangan Siber Januari-Agustus 2019/2020

Sumber: Pusat Operasi Keamanan Siber Nasional

Selain itu, Ibu Feti menyatakan bahwa *Mobile Banking* memiliki resiko dalam penggunaannya. Ia merasa khawatir ketika menggunakan *Mobile Banking* karena isu-isu yang berkembang tentang sistem keamanan dari *Mobile Banking* itu sendiri. Bisa dilihat, berdasarkan data dari Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN), sepanjang bulan Januari hingga Agustus 2020, terdapat hampir 190 juta serangan siber di Indonesia, naik lebih empat kali lipat dibanding periode yang sama tahun lalu yang tercatat sekitar 39 juta. Angka terbanyak dicatat pada Agustus 2020, di mana BSSN mencatat jumlah serangan siber sekitar 63 juta, jauh lebih tinggi dibandingkan Agustus 2019 yang hanya sekitar 5 juta.¹¹ Kenaikan tajam jumlah serangan siber di Indonesia dipengaruhi oleh perubahan pola hidup masyarakat selama pandemic *Covid-19*.

Dari beberapa masalah tersebut, peneliti ingin mengetahui persepsi mana yang menjadikan nasabah memutuskan menggunakan *Mobile Banking* dan persepsi mana yang paling mempengaruhi mereka dalam memutuskan untuk menggunakan *Mobile Banking*. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan

¹¹ Putri Zakia Salsabila, “Kejahatan Siber di Indonesia Naik 4 Kali Lipat Selama Pandemi” <https://tekno.kompas.com>. Diunduh pada tanggal 16 Juni 2021

Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* pada PT.Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik Di Masa Pandemi *Covid-19*.”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka identifikasi masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Adanya *Mobile banking* tidak dapat menghemat waktu nasabah dalam bertransaksi karena mereka harus berulang kali ke bank untuk mengurus masalah jika terjadi gangguan sistem layanan yang membuat transaksinya sering gagal tetapi saldo nasabah terpotong (terdebet). Apalagi dalam menyelesaikan masalah tersebut nasabah harus menunggu selama 20 hari kerja.
2. Kesulitan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*
3. Nasabah yang takut karena kasus-kasus yang berkaitan tentang sistem keamanan dari *Mobile Banking* itu sendiri.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini, maka batasan masalah adalah peneliti hanya meneliti nasabah pengguna *Mobile Banking* PT.Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik dan penulis hanya focus pada faktor Persepsi Manfaat,Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*?
2. Apakah Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*?

3. Apakah Persepsi Kredibilitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*?
4. Apakah Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*?

E. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Manfaat terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kredibilitas terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*.
- d. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*

2. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan/manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan kepada pembaca tentang pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kredibilitas terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan referensi khususnya bagi pihak yang mengadakan penelitian.

b. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan saran yang bermanfaat untuk PT.Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik agar bisa menerapkan inovasi baru dengan sistem yang mudah dan aman agar nasabah tetap menerima dan tertarik menggunakan layanan *Mobile Banking*. Selain itu dapat juga dilakukan dengan mengembangkan strategi pemasaran berkaitan dengan peningkatan penggunaan fasilitas layanan *elektronik banking* yang khususnya *Mobile Banking*.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan mengasah kemampuan peneliti terhadap masalah yang akan peneliti teliti tentang layanan penggunaan *Mobile Banking*.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teoritis

1. Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Terdapat banyak pengaruh konsumen yang mendasari seseorang dalam pengambilan keputusan penggunaan terhadap produk atau merek tertentu. Keputusan pembelian adalah keputusan pembeli tentang merek yang dibeli. Sedangkan adopsi sendiri didefinisikan sebagai keputusan seseorang untuk menjadi pengguna tetap sebuah produk.¹² Jadi dapat disimpulkan bahwa keputusan menggunakan adalah kecenderungan seseorang untuk tetap menggunakan suatu teknologi tersebut karena ia merasa puas sehingga ia akan merekomendasikannya kepada orang lain. Keputusan nasabah juga merupakan pendapat responden tentang suatu perasaan atau keinginan untuk menentukan pilihan yang telah disediakan dan nantinya akan dilanjutkan dengan tindakan pengambilan keputusan yang diambil dan diterima oleh nasabah untuk menggunakan produk *Mobile Banking*.

Adapun indikator yang mempengaruhi pengambilan keputusan terkait dengan keputusan pembelian dan penggunaan yaitu:

1. Pengenalan masalah yaitu pendapat responden yang menyadari bahwa produk *Mobile Banking* sesuai dengan kebutuhannya
2. Pencarian Informasi yaitu pendapat responden untuk mencari tahu lebih banyak mengenai *Mobile Banking* hingga akhirnya responden menggunakan produk tersebut.
3. Evaluasi yaitu pendapat responden untuk mengevaluasi kelebihan dan kelemahan produk *Mobile Banking* hingga akhirnya responden menggunakan produk tersebut.

¹² Philip Kotler dan Armstrong Gary (15th Ed) *Principles of Marketing Global Edition*, (England:Pearson,2014).h.177

4. Keputusan Pembelian yaitu pendapat responden bahwa menggunakan produk *Mobile Banking* merupakan pilihan yang tepat.
5. Perilaku pasca pembelian yaitu pendapat responden untuk tetap terus menggunakan produk *Mobile Banking*.

a. *Technology Acceptance Model (TAM)*

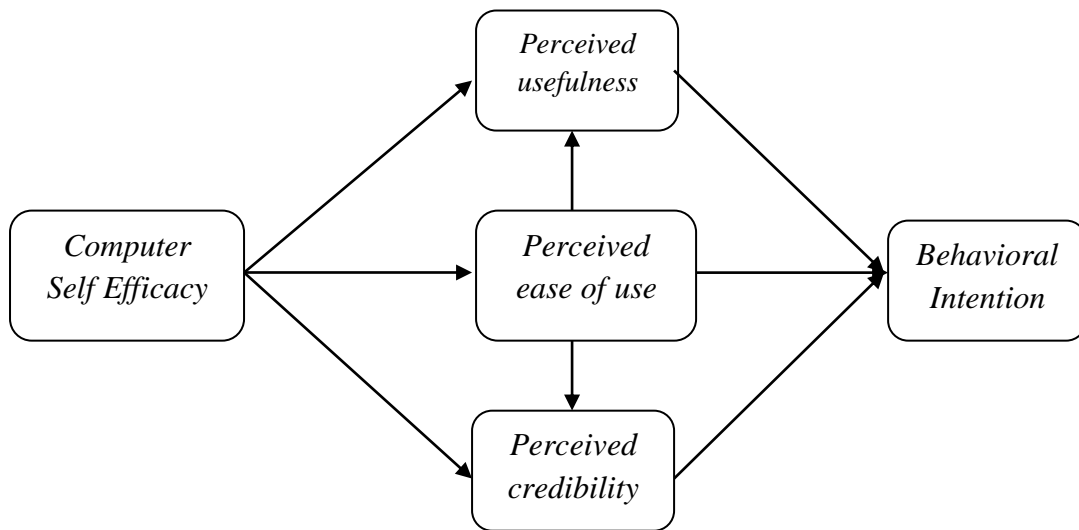
Salah satu teori mengenai penggunaan sistem informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem informasi adalah model penerimaan teknologi informasi atau *Technology Acceptance Model (TAM)*.¹³

Model teori *TAM* ini banyak digunakan untuk mengetahui reaksi pengguna terhadap sistem informasi. *TAM* adalah model teori bagaimana pengguna mau menerima dan menggunakan teknologi. Model ini mengusulkan bahwa ketika pengguna ditawarkan untuk menggunakan suatu sistem yang baru, sejumlah faktor mempengaruhi mereka untuk bagaimana dan kapan menggunakan sistem tersebut khususnya dalam hal manfaat, kemudahan dan kepercayaan.

Pada awalnya *Technology Acceptance Model (TAM)* dikembangkan oleh Davis sebagai model penerimaan pengguna pada suatu sistem informasi. *TAM* menganggap bahwa pengadopsian teknologi oleh pengguna ditentukan oleh dua persepsi yaitu persepsi manfaat (*Perceived usefulness*) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived of Ease*).

Lalu model *TAM* dari Davis ini dikembangkan oleh Wang et al. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memperluas *TAM*. Alasan penggunaan model Wang dalam penambahan *perceived credibility* dalam penelitiannya karena banyaknya modus penipuan serta pengaman apabila terjadi kesalahan yang tidak disengaja. Berikut skematik teori *TAM* dari Wang et al.

¹³ Davis, *Perceived usefulness*, h. 318.



Gambar 2.1 Pengembangan *Technology Acceptance Model (TAM)*
(Wang et al.(2003))

Model penelitian yang dilakukan oleh wang et al yaitu satu variabel perbedaan individu (*Computer Self Efficacy*/ kemampuan diri computer) dan tiga keyakinan variabel (*Perceived usefulness*, *Perceived ease of use*, dan *Perceived credibility*). *Computer Self Efficacy* merupakan tingkat kapabilitas seseorang dalam mengoperasikan computer atau sistem informasi atau teknologi informasi. *Computer Self Efficacy* memengaruhi kecemasan individu yang mana gilirannya akan mempengaruhi kemudahan penggunaan, kegunaan yang dirasakan dari sistem pemakaian. Namun, pengalaman seseorang menggunakan *computer* berhubungan positif dengan adanya kekhawatiran tentang privasi dan keamanan pengguna. Sehingga *Computer Self Efficacy* akan memiliki efek negative tentang kredibilitas perbankan yang dirasakan oleh pengguna.¹⁴ *Behavioral Intention to Use* menurut Davis adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan

¹⁴ Wang et al. "Determinants of user acceptance of internet banking: An empirical study dalam *International Journal of Service Industry Management (online journal from Proquest)*, Vol.14,Iss.5,2003,h.506-507

menambahkan alasan pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain.

Dari kedua model TAM tersebut, peneliti mengambil model kedua yang dikembangkan oleh Wang et al sebagai penelitiannya, karena sesuai dengan masalah yang ingin diteliti yaitu adanya penambahan variabel *perceived credibility* yang akan diteliti.

b. Online banking

Online banking sebagai sebuah portal internet yang memungkinkan nasabah untuk menggunakan berbagai layanan perbankan dari pembayaran tagihan hingga melakukan investasi. *Online banking* juga didefinisikan sebagai beberapa aktifitas perbankan yang memungkinkan nasabah dari bank yang bersangkutan untuk dapat mengakses informasi yang tersedia mengenai laporan saldo, transfer, pembayaran tagihan, dll via jaringan telekomunikasi tanpa perlu meninggalkan rumah atau kantor mereka. Layanan *online banking*, terdapat dua tipe layanan yaitu:

1) Automatic Teller Machine (ATM)

ATM merupakan saluran *e-banking* yang sangat populer kita kenal. Setiap kita tentunya mempunyai kartu ATM dan menggunakan fasilitas ATM. Fitur tradisional ATM adalah untuk mengetahui informasi saldo dan penarikan uang tunai. Dalam perkembangannya, fitur semakin bertambah yang memungkinkan untuk melakukan pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik dan telepon), pembelian (*voucher* dan *ticket*) dan yang terkini transfer ke bank yang lain. (dalam satu *switching* jaringan ATM).¹⁵

2) E- banking

Layanan *e-banking* merupakan layanan perbankan yang meliputi *Internet Banking, Mobile Banking, SMS Banking, SMS Notifikasi* dan *Phone Banking*.

¹⁵ Tata Sutabri, *Sistem Informasi Manajemen* (Yogyakarta: Andi, 2016)

a) *Internet banking*

Internet banking merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui media jaringan computer global yaitu internet. Bank biasanya menyediakan website tertentu yang dapat digunakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi perbankan via web tersebut.

b) *Mobile Banking*

Mobile Banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah pada pelanggan. M-Banking merupakan suatu layanan perbankan di mana nasabah dapat mendownload aplikasi m-banking di Handphone untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Keefektifan dan keefesienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi M-Banking tidak akan berjalan, jika tidak didukung oleh telepon seluler dan internet. Setiap orang yang memiliki ponsel dapat memanfaatkan fasilitas ini untuk bertransaksi di mana saja dan kapan saja.¹⁶ Transaksi yang saat ini dapat dilakukan melalui *Mobile Banking* antara lain seperti cek saldo, transfer, pembayaran PDAM, Pembayaran Listrik, TV berlangganan dll, pembelian pulsa prabayar, cek mutasi, pembukaan rekening deposito, cek bukti transfer dan lain-lain.

c) *SMS Banking*

SMS Banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses dan dilakukan melalui jaringan SMS (*Short Message Services*). Dengan *SMS banking* kita bisa melakukan transaksi seperti cek saldo, membayar tagihan listrik, membeli pulsa, transfer dan lainnya.

¹⁶ Syamsul Hadi dan Novi."Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*" dalam *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*,jilid V,2015,h. 55-67.

d) SMS Notifikasi

SMS Notifikasi merupakan fasilitas berupa pemberitahuan informasi kepada nasabah melalui SMS ke nomor *handphone* yang didaftarkan mengenai transaksi debit/kredit yang dilakukannya.

e) *Phone Banking*

Phone Banking adalah layanan yang memungkinkan nasabah menghubungi nomor telepon tertentu dari bank untuk melakukan transaksi perbankan. *Phone banking* dapat melakukan transaksi dalam bentuk *voice* (suara) sehingga biaya yang ditanggung nasabah sebesar biaya pulsa percakapan.

2. Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat didefinisikan sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu pendapat pengguna (*user*) percaya bahwa penggunaan teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja.¹⁷ Sementara itu persepsi manfaat juga didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.¹⁸ Dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat adalah kepercayaan seseorang dalam proses pengambilan keputusan. Jika seseorang percaya bahwa sistem itu berguna maka ia akan menggunakannya namun sebaliknya jika sistem itu kurang berguna maka ia tidak akan menggunakannya.

Davis mengkonsepkan bahwa persepsi manfaat diukur melalui indikator seperti meningkatkan kinerja pekerjaan, menjadikan pekerjaan lebih mudah serta secara keseluruhan teknologi yang digunakan dirasakan bermanfaat.

¹⁷ Davis, *Perceived usefulness*, h.320

¹⁸ Jogyanto, *Sistem Informasi Keprilakuan* (Yogyakarta: ANDI, 2007).h.114

Ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi manfaat sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kinerja
- b. Menambah tingkat produktivitas
- c. Meningkatkan efektivitas
- d. Bermanfaat

3. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan didefinisikan oleh Davis sebagai pendapat seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras dari pemakainya. Persepsi kemudahan penggunaan berarti keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (*free of effort*).¹⁹ Persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan teknologi akan bebas dari suatu usaha sehingga apabila seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya dan sebaliknya.²⁰ Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah dalam menggunakan sistem teknologi seseorang tidak sulit menggunakannya atau tidak membutuhkan usaha yang keras dalam penggunaan *Mobile Banking*. Jadi, semakin tinggi kemudahan penggunaan aplikasi *Mobile Banking* akan semakin tinggi pula niat nasabah perbankan dalam menggunakan aplikasi *Mobile Banking*.

Indicator yang digunakan untuk mengukur Persepsi Kemudahan Penggunaan yaitu:

- a) Mudah dipelajari, yaitu pendapat responden yang menyatakan bahwa mudah untuk mempelajari layanan *Mobile Banking*

¹⁹ Mahardika Aditya Widjana, "Determinan Faktor Penerimaan terhadap Internet Banking pada Nasabah Bank di Surabaya" (Tesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya, 2010), h.33

²⁰ Jogiyanto, *Sistem Informasi*, h.116

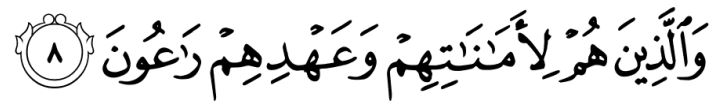
- b) Mudah Untuk Mengendalikan, yaitu pendapat responden yang menyatakan bahwa mudah untuk mengendalikan/mengontrol layanan M-Banking.
- c) Jelas dan mudah dipahami yaitu pendapat responden yang menyatakan bahwa menggunakan layanan *Mobile Banking* jelas dan mudah dipahami
- d) Mudah untuk menjadi terampil yaitu pendapat responden yang menyatakan bahwa mudah untuk menjadi terampil dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*.
- e) Mudah digunakan yaitu pendapat responden yang menyatakan bahwa layanan *Mobile Banking* mudah digunakan.

4. Persepsi Kredibilitas

Persepsi Kredibilitas merupakan faktor yang mencerminkan keamanan dan privasi pengguna. Persepsi Kredibilitas didefinisikan sebagai perilaku saat seseorang percaya transaksi dan privasi informasi mereka dijaga dengan aman yang akan mempengaruhi penerimaan mereka terhadap suatu sistem teknologi. Keamanan kepada perlindungan informasi atau sistem pengguna dari penipuan atau tindak kejahatan lainnya. Persepsi kredibilitas perlu ditambahkan karena Persepsi Kredibilitas telah terbukti secara empiris mempengaruhi *user acceptance*. Selain itu alasan menambahkan variabel Persepsi Kredibilitas karena banyaknya modus penipuan serta pengaman apabila terjadi kesalahan yang tidak disengaja.²¹

Bank Syariah sebagai lembaga keuangan yang tidak hanya mementingkan keuntungan saja namun juga harus menjaga amanah yang dipercayakan oleh nasabah dengan melindungi nasabah dari tindakan penipuan dan pencurian data sehingga nasabah merasa nyaman menggunakan fasilitas yang diberikan oleh pihak bank syariah. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam surah Al-Mu'minun ayat 8:

²¹ Wang et al, *Determinants of user acceptance of internet banking*, h.508



Artinya: Dan sungguh beruntung orang yang memelihara amanat-amanat dan janjinya. (Q.S.Al-Mu'minun:8).²²

Dalam Ayat ini Allah menerangkan sifat keenam dari orang mukmin yang beruntung itu, ialah suka memelihara amanat-amanat yang dipikulnya, yaitu bilamana kepada mereka dititipkan barang atau uang sebagai amanat yang harus disampaikan kepada orang lain, maka mereka benar-benar menyampaikan amanat itu sebagai mana mestinya, dan tidak berbuat khianat. Oleh karena itu, persepsi kredibilitas merupakan variabel yang sangat penting untuk dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan pada saat menggunakan layanan *Mobile Banking*, bahwa sistem *Mobile Banking* dapat menjaga privasi pengguna, aman dalam bertransaksi dan tidak merugikan pengguna.

Untuk menciptakan persepsi kredibilitas terhadap nasabah terdapat 9 Prinsip Kode Etik Bankir Indonesia, yaitu:

1. Seorang bankir patuh dan taat pada ketentuan perundang-undangan dan peraturan yang berlaku
2. Seorang bankir melakukan pencatatan yang benar mengenai segala transaksi yang bertalian dengan kegiatan banknya.
3. Seorang bankir menghindarkan diri dari persidangan yang tidak sehat.
4. Seorang bankir tidak menyalahgunakan wewenangnya untuk kepentingan pribadi.
5. Seorang bankir menghindarkan diri dari keterlibatan pengambilan keputusan dalam hal terdapat pertentangan kepentingan.
6. Seorang bankir menjaga kerahasiaan nasabah dan banknya.
7. Seorang bankir memperhitungkan dampak yang merugikan dari setiap kebijakan yang ditetapkan oleh banknya terhadap kegiatan ekonomi, sosial dan lingkungan.

²² Q.S.Al- Mu'minun (23):8

8. Seorang bankir tidak menerima hadiah atau imbalan yang memperkaya diri pribadi maupun keluarganya
9. Seorang bankir tidak melakukan perbuatan tercela yang dapat merugikan citra profesinya.²³

Ada beberapa Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi kredibilitas yaitu:

- a. Besarnya resiko
- b. Keamanan dalam menggunakan
- c. Kebutuhan Transaksi
- d. Kerahasiaan data pribadi dan keuangan nasabah

B. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu merupakan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti dan mempunyai kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Kajian terdahulu berfungsi sebagai acuan dan pendukung untuk melakukan penelitian ini. Kajian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dan pendukung adalah penelitian dengan salah satu atau lebih variabel yang sama dengan penelitian ini.

Tabel 2.1

Kajian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Reza Ramadhan (2016) ²⁴	Persepsi Kemudahan Penggunaan,	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan	Terjadi Perbedaan antara studi

²³ Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Medan: Febi Uinsu Press, 2018), h. 40.

²⁴ Reza Ramadhan, "Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas dan Persepsi Harga pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Di Bank Syariah Mandiri Surabaya" dalam *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* Vol.4 No.6 Juni 2017:478-492

		Persepsi Kredibilitas dan Persepsi Harga pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> di Bank Syariah Mandiri Surabaya.	(X1), Persepsi Kredibilitas (X2), Persepsi Harga (X3), Niat Penggunaan layanan <i>Mobile Banking</i> (Y)	Penggunaan, Persepsi Kredibilitas dan Persepsi Harga berpengaruh secara parsial terhadap niat menggunakan <i>Mobile Banking</i> , Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas dan Persepsi Harga berpengaruh secara simultan terhadap niat menggunakan <i>Mobile Banking</i>	kasus dan variabel (X) yaitu Persepsi Harga
2	Nurul Hidayat (2018) ²⁵	Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i> (Studi Pada Bank Syariah	Kemudahan Penggunaan (X1), Kepercayaan (X2), Sikap Pengguna dalam menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> (Y)	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Persepsi kemudahan Penggunaan, Persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan layanan <i>Mobile Banking</i> , Persepsi kemudahan Penggunaan dan kepercayaan	Terjadi Perbedaan pada studi kasus dan Variabel (X) yaitu Kepercayaan dan variabel (Y) yaitu Sikap Penggunaan

²⁵ Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Studi Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta, 2018), h.61

		Mandiri KCP Teluk Betung)		berpengaruh secara simultan terhadap sikap penggunaan layanan <i>Mobile Banking</i>	
3.	Mario Ladesman (2018) ²⁶	Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya)	Manfaat (X1), Kepercayaan (X2), Kemudahan Penggunaan (X3), Minat Nasabah Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> (Y)	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> , variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> , Variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> , variabel manfaat, kepercayaan dan	Terjadi Perbedaan antara studi kasusnya dan variabel (X) yaitu Kepercayaan di mana dalam penelitian ini yang digunakan penulis yaitu Persepsi Kredibilitas

²⁶ Mario Ladesman, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya)" (Skripsi, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, 2018) h.106

				kemudahan penggunaan secara bersamaan memiliki pengaruh simultan terhadap minat nasabah menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya.	
4	Muhammad Dwi Ardika (2018) ²⁷	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Studi Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah	Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kepercayaan (X2), Persepsi Resiko (X3), Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Y)	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan <i>Mobile Banking</i> bank syariah sedangkan variabel persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>Mobile Banking</i> bank syariah	Terjadi Perbedaan antara variabel (X) yaitu Kepercayaan dan Resiko serta perbedaan studi kasusnya. Studi kasus yang digunakan adalah Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah

²⁷ Muhammad Dwi Ardika, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Studi Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta, 2018)h.61

		Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta			Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta
5	Tajuddin Naqib (2019) ²⁸	Pengaruh Persepsi manfaat, Kepercayaan dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga)	Persepsi manfaat (X1), Persepsi Kepercayaan (X2), Persepsi Resiko (X3), Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Y)	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Persepsi manfaat secara statistic berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>Mobile Banking</i> , sedangkan persepsi kepercayaan dan resiko tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan <i>Mobile Banking</i> , variabel persepsi kegunaan,kepercayaan dan resiko secara bersama-sama mempengaruhi minat menggunakan <i>Mobile Banking</i>	Perbedaannya terletak pada variabel (X) yaitu Kepercayaan dan Resiko dan studi kasusnya yaitu pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga

²⁸ Tajuddin Naqib, "Pengaruh Persepsi manfaat, Kepercayaan dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2019) h. 81

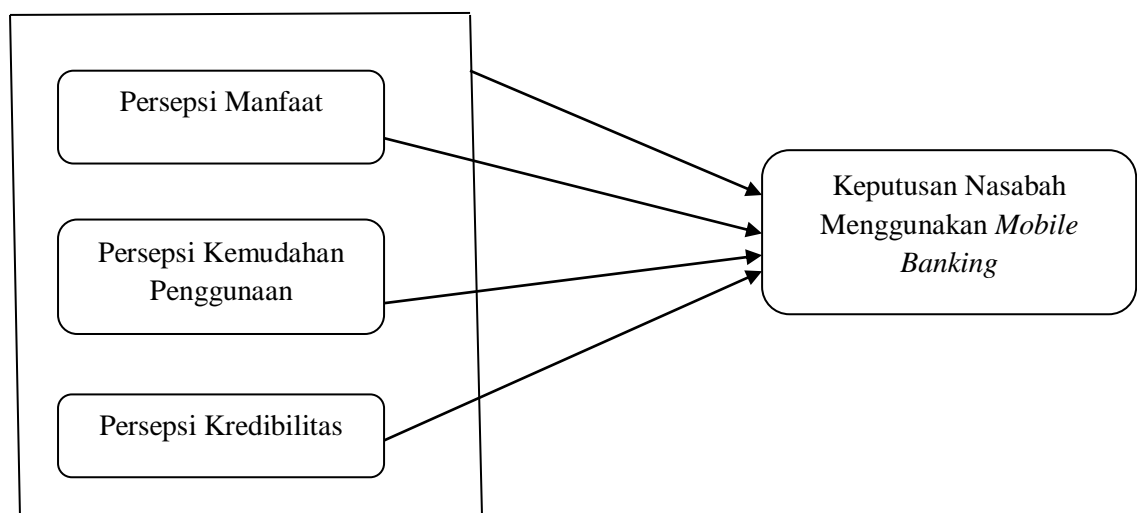
6	Margaretha Oktavia Pranoto (2020) ²⁹	Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran)	Persepsi Manfaat (X1), Kemudahan (X2), Keamanan (X3), Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Y)	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Persepsi manfaat dan kemananan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>Mobile Banking</i> pada PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran, variabel kemudahan berpengaruh negative dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>Mobile Banking</i> pada PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran	Perbedaannya terletak pada studi kasusnya yaitu di PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran
---	---	--	---	---	---

²⁹ Margaretha Oktavia Pranoto,” Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran)” dalam Jurnal Keunis Majalah Ilmiah Vol.8 No.1 Januari 2020,h.7.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual adalah kerangka penalaran yang terdiri dari konsep-konsep atau teori yang menjadi acuan penelitian. Biasanya kerangka konseptual disusun dalam bentuk matrik, bagan atau gambar sederhana. Kerangka kerja konseptual juga merupakan model konseptual yang menggambarkan hubungan di antara berbagai macam faktor yang telah diidentifikasi sebagai sesuatu hal yang penting bagi suatu masalah. Melalui pengembangan kerangka kerja konseptual, memungkinkan kita untuk menguji beberapa hubungan antar variabel, sehingga kita dapat mempunyai pemahaman yang komprehensif atas masalah yang sedang kita teliti.³⁰

Kerangka Konseptual pada penelitian ini menunjukkan pengaruh variabel independen secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependen dan juga menunjukkan pengaruh variabel independen secara simultan dengan variabel dependen. Adapun kerangka konseptual pada penelitian ini dapat dilihat pada skema di bawah ini:



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

³⁰ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Medan:Febi Uinsu Press,2016),h.34

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atas penelitian yang masih mengandung kemungkinan benar atau salah. Walaupun sifatnya jawaban sementara, hipotesis tidak boleh dirumuskan begitu saja, melainkan harus didasarkan pada kajian teori dan penelitian terdahulu.

1. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*

Persepsi manfaat diartikan sebagai pendapat seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Seseorang akan menggunakan teknologi informasi jika mengetahui ada manfaat positif yang diperoleh atas penggunaan teknologi informasi.

Konsep di atas sesuai dengan penelitian Tajuddin Naqib (2019) bahwa variable persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *Mobile Banking*.

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

H₁ : Terdapat pengaruh antara Persepsi Kemudahan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*

Menurut Davis, pengertian kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai pendapat seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras dari pemakainya.

Konsep di atas sesuai dengan penelitian Muhammad Dwi Ardika (2018) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

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

H₂: Terdapat pengaruh antara Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*.

3. Pengaruh Persepsi Kredibilitas terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*

Persepsi Kredibilitas didefinisikan oleh Wang et al sebagai perilaku saat seseorang percaya transaksi dan privasi informasi mereka dijaga dengan aman yang akan mempengaruhi penerimaan mereka terhadap suatu sistem teknologi.

Konsep di atas sesuai dengan penelitian Reza Ramadhan (2016) yang menunjukkan bahwa Persepsi Kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *Mobile Banking*.

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

H₃: Terdapat Pengaruh antara Persepsi Kredibilitas terhadap keputusan nasabah Menggunakan *Mobile Banking*.

4. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kredibilitas secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

Menurut penelitian Ladesman (2008), menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara bersamaan memiliki pengaruh simultan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya.

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H₄: Terdapat pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kredibilitas secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menurut pendekatannya merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu metode dalam meneliti sekelompok manusia, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tipe paling umum dari penelitian deskriptif meliputi penilaian sikap atau pendapat individu, organisasi, keadaan ataupun prosedur. Data yang digunakan adalah data kuantitatif, yaitu hasil observasi atau pengamatan atas suatu hal yang bisa dinyatakan dalam angka. Sehingga dapat disimpulkan bahwa deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan menggambarkan fenomena yang terjadi di masyarakat dengan menggunakan data statistik.³¹

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik yang beralamat di Jln.H. Adam Malik No.151 Medan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai dari Desember 2020 dan direncanakan selesai pada bulan Januari 2022.

No	Kegiatan	Bulan					
		Des 2020	Jan 2021	Feb 2021- Ags 2021	Sep 2021	Okt-Des 2021	Jan 2022
1.	Pengajuan Judul						

³¹ Panggih Rizki Dwi Istiarni, "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat , Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNDIP,2004),h.39.

2.	Proses Wawancara Awal						
3.	Penulisan Proposal Skripsi						
4.	Seminar Proposal						
5.	Penulisan Perbaikan dan Pengumpulan Data						
6.	Verifikasi Data						
7.	Analisis Data						
8.	Penyusunan Laporan Penelitian						
9.	Sidang Munaqasyah						

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang diolah menjadi kuantitatif dengan menggunakan skala likert. Data Kualitatif adalah serangkaian informasi atau pendapat responden yang masih berbentuk fakta-fakta verbal atau hanya berupa keterangan saja. Data tersebut diolah menjadi kuantitatif setelah dilakukan pengelompokkan dan dinyatakan dalam satuan angka.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuisisioner, kelompok focus, dan panel atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber.³² Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah tanggapan responden yang diperoleh dari hasil kuisisioner tentang pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas yang disebarkan kepada sampel yang telah ditentukan, yaitu nasabah PT.Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik yang menggunakan layanan *Mobile Banking*.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel,buku-buku sebagai teori,majalah dan lain sebagainya. Data sekunder dalam penelitian ini adalah berasal dari buku, jurnal dan internet.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini ada 1.380 data mencakup seluruh nasabah PT.Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik yang menggunakan *Mobile Banking*.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Random Sample* dan *accidental sampling*. *Random Sample* adalah cara pengambilan sampel di mana

³² V. Wiratna Sujarweni ,*Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press,2019), h. 88.

setiap individu mempunyai peluang yang sama untuk dijadikan anggota sampel.³³ *Accidental sampling* adalah Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

Sampel memiliki ciri yang tak terhingga maka perhitungan dilakukan secara pasti jumlah besaran sampel untuk populasi tertentu, maka rumus yang diberlakukan menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

Rumus slovin :

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

Keterangan:

n= Jumlah sampel yang dicari

N= Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi Error (standart eror 10%)

maka jumlah sample yang diperoleh yaitu:

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

$$n = \frac{1380}{1 + (1380 \times (10\%)^2)}$$

$$n = \frac{1380}{1 + (13,8)}$$

$$n = 93,2$$

$$n = 93$$

³³ Siti Suaibah Nasution, *STATISTIKA* (buku, tidak diterbitkan), h.1.

Berdasarkan hasil dari perhitungan menggunakan rumus slovin dapat diperoleh jumlah sample sebanyak 93,2 atau bila digenapkan menjadi 93 responden.

E. Defenisi Operasional

1. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel Dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel Terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* (Y). Keputusan menggunakan adalah kecenderungan seseorang untuk tetap menggunakan suatu teknologi tersebut karena ia merasa puas sehingga ia akan merekomendasikannya kepada orang lain. Keputusan nasabah juga merupakan pendapat responden tentang suatu perasaan atau keinginan untuk menentukan pilihan yang telah disediakan dan nantinya akan dilanjutkan dengan tindakan pengambilan keputusan yang diambil dan diterima oleh nasabah untuk menggunakan produk *Mobile Banking*.

2. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variable bebas dalam penelitian ini adalah:

a. Persepsi manfaat / X1

Persepsi Manfaat yaitu pendapat pengguna (*user*) percaya bahwa penggunaan teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja.

b. Persepsi Kemudahan Penggunaan/ X2

Persepsi Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai pendapat seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras dari pemakainya.

c. Persepsi Kredibilitas/ X3

Persepsi Kredibilitas didefinisikan sebagai perilaku seseorang yang percaya transaksi dan privasi informasi mereka dijaga dengan aman yang akan mempengaruhi penerimaan mereka terhadap suatu sistem teknologi.

Tabel 3.1
Defenisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator	Butir Pertanyaan
1.	Keputusan Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Y)	Keputusan Menggunakan adalah pendapat responden tentang suatu perasaan atau keinginan untuk menentukan pilihan yang telah disediakan dan nantinya akan dilanjutkan dengan tindakan pengambilan keputusan yang diambil dan diterima oleh nasabah untuk menggunakan produk <i>Mobile Banking</i> .	a. Sesuai dengan kebutuhan	Saya memutuskan untuk menggunakan <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik karena sesuai dengan kebutuhan saya
			b. Kepuasan Pengguna	Saya merasa puas setelah menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik
			c. Kesadaran sendiri	Saya menggunakan <i>Mobile Banking</i> karena keinginan sendiri
			d. Pengguna ingin selalu menggunakannya	Kemudahan menggunakan <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik membuat saya ingin

				selalu bertransaksi.
			e. Merekomendasikan kepada orang lain	Saya akan merekomendasikan layanan <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik kepada orang lain.
2.	Persepsi manfaat/X1	Persepsi Manfaat adalah pendapat pengguna (user) percaya bahwa penggunaan teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja.	a. Meningkatkan kinerja	Penggunaan <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik meningkatkan kinerja pengguna
			b. Meningkatkan efektivitas	- <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik membantu pekerjaan nasabah dalam bertransaksi. -Manfaat <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik dapat menghemat waktu dalam bertransaksi

			c. Menambah tingkat produktivitas.	<i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik meningkatkan produktivitas pengguna
			d. Bermanfaat	<i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik secara keseluruhan bermanfaat
3.	Persepsi Kemudahan Penggunaan/ X2	Persepsi Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai pendapat seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras	a. Mudah dipelajari	<i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik mudah dipelajari
			b. Mudah Untuk Mengendalikan	Saya merasa bahwa mudah untuk mengendalikan /mengontrol layanan <i>Mobile Banking</i> .
			c. Jelas dan mudah dipahami	Fitur <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik jelas dan mudah dipahami

		dari pemakainya	d. Mudah untuk menjadi terampil	Sistem <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik membuat saya terampil dalam menggunakan aplikasinya
			e. Mudah digunakan	Layanan <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik dapat digunakan dengan mudah di manapun/kapanpun
4.	Persepsi Kredibilitas/ X3	Persepsi Kredibilitas didefinisikan sebagai perilaku seseorang percaya transaksi dan privasi informasi mereka dijaga dengan aman yang akan mempengaruhi penerimaan mereka terhadap suatu sistem	a. Besarnya resiko	<i>Mobile Banking</i> memiliki resiko dalam penggunaannya.
			b. Keamanan dalam menggunakan	-Menurut saya, <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik aman digunakan - <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik memiliki keahlian dalam meningkatkan layanan perbankan

		teknologi.	c. Kebutuhan Transaksi	<i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik memberikan tampilan dan fitur modern dan canggih yang dibutuhkan untuk bertransaksi
			d. Kerahasiaan data pribadi dan keuangan nasabah	Menurut saya bank dapat merahasiakan data/informasi tentang nasabah

F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data yang digunakan meliputi:

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu instrument yang digunakan untuk menggali data secara lisan. Wawancara merupakan pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung antara penanya dengan responden. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan kepada *customer service* dan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik yang menggunakan layanan *Mobile Banking*.

2. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, penyebaran kuisisioner tersebut

dilakukan dengan membagikan kuisioner dengan survei online menggunakan *google form*.

Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert. Yaitu skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Pada Skala Likert ini, responden menjawab pernyataan-pernyataan penelitian pada alternatif jawaban yang disiapkan dengan 5 kemungkinan yang tersedia. Dari jawaban responden kemudian diberikan skor nilai, maka dapat diolah data kuantitatifnya. Pemberian bobot skor disusun dengan bertingkat yang konsisten. Jawaban yang tersedia tersebut dibuat skala dalam tingkatan dengan nilai sebagai berikut:

Tabel 3.2
Kriteria Penilaian Kuisioner

Pernyataan	Bobot
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

G. Analisis Data

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, maka metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan sah atau valid jika pertanyaan pada kuisioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner itu.

³⁴ Suatu tes dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat yang sesuai dengan maksud dikenakannya tes tersebut. Suatu tes yang menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan diadakannya pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah. Perhitungan ini akan dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 15,0. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk $df = n - 2$ dengan signifikansi 5%.

Dasar Pengambilan keputusan Uji Validitas yaitu:

- 1) Jika nilai r hitung $>$ r table maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.
- 2) Jika nilai r hitung $<$ r table maka pertanyaan tersebut tidak valid

b. Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variable. Suatu kuesioner dikatakan reliable jika jawaban yang diberikan oleh responden selalu konsisten dari waktu ke waktu. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda-beda. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $>$ 0,6.³⁵

2. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sampel. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan data kuesioner dan hasil survey yang telah didapatkan dimasukkan dalam tabulasi data diolah menggunakan program statistic SPSS versi 15.0.

³⁴ Jefri Wandu, *et.al*, "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah BNI Menggunakan *Mobile Banking*" dalam *Jurnal Manajemen*, Vol 6 No.1, Januari 2020, h.91

³⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2005), h.53

statistic deskriptif menggambarkan mengenai ringkasan data-data penelitian misalkan nilai tertinggi, nilai terendah, mean, standar deviasi serta varian.

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi berganda perlu dilakukan uji asumsi klasik. Hal ini bertujuan supaya peneliti mengetahui apakah variabel-variabel tersebut menyimpang dari asumsi-asumsi klasik. Asumsi klasik yang digunakan yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Analisis grafik yang digunakan untuk menguji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan:

- 1) Grafik Histogram dan *Probability Plot*. Grafik Histogram digunakan untuk membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Kemudian *Probability Plot* digunakan untuk membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal.

Dasar pengambilan keputusan uji normalitas adalah:

- a) Jika data menyebar pada garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar pada garis diagonal dan menjauh dari arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.³⁶

- 2) *Kolmogorov Smirnov test* untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

³⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS* (Semarang : Universitas Diponegoro, 2012), h.160

- a) Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka distribusi data dikatakan normal
- b) Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka data distribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tujuan digunakannya uji ini adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terdapat atau terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas (multiko). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas.³⁷ Kriteria pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai *tolerance* $> 0,1$ atau $\text{VIF} < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Apabila nilai *tolerance* $< 0,1$ atau $\text{VIF} > 10$ maka terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut dengan Homokedastisitas. Dan jika varians berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya, maka disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas. Uji yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan grafik *scatter plot* dan uji glejser.³⁸

1) Dasar pengambilan keputusan untuk grafik *scatter plot* adalah:

- a) Jika pada grafik *scatter plot* terlihat titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (misal gelombang, melebar, kemudian menyempit) maka dapat disimpulkan telah terjadi masalah heteroskedastisitas.
- b) Jika pada grafik *scatter plot*, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu yang teratur

³⁷ Septin Puji Astuti, *Modul Praktikum Statistika* (Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta, 2015), h.66

³⁸ Sahid Raharjo, "Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser Program SPSS, <https://www.konsistensi.com>. diunduh pada tanggal 21 September 2021

(misal gelombang, melebar, kemudian menyempit), maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

2) Dasar pengambilan keputusan untuk uji glejser adalah:

- a) Jika nilai sig > 0,05 berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai sig < 0,05 berarti terjadi heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Apabila dalam penelitian menggunakan dua atau lebih variabel independen dalam sebuah model regresi maka disebut dengan regresi linear berganda.³⁹ Analisis regresi digunakan untuk mendapatkan hubungan fungsional antara dua variabel atau lebih. Regresi merupakan alat analisis yang digunakan peneliti untuk mengidentifikasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Persamaan umum regresi yang menggunakan lebih dari dua variabel independent adalah:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

\hat{Y} = Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

X_1 = Persepsi Manfaat

X_2 = Persepsi Kemudahan Penggunaan

X_3 = Persepsi Kredibilitas

e = standar error

³⁹ Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS* 20. (Yogyakarta: Andi, 2010), h.78

5. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui presentase variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu, jika koefisien determinasi (R^2) = 1, artinya variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya variabel independen tidak mampu dalam menjelaskan variasi-variasi variabel dependen.⁴⁰

b. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui variabel independent secara parsial terhadap variabel dependent, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.⁴¹ Hipotesis akan diuji dengan taraf nyata $\alpha = 5\%$. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan $< 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel maka H_1, H_2, H_3 diterima yang artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Jika nilai signifikan $> 0,05$ atau t hitung $< t$ tabel maka H_1, H_2, H_3 ditolak yang artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

c. Uji F

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent secara bersama-sama dengan variabel dependent.⁴² Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

⁴⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, h.83

⁴¹ Nurul Hidayat, "Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan *Mobile Banking*" (Skripsi, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018), h.62

⁴² Sahid Raharjo, Cara Melakukan Uji F simultan dalam Analisis Regresi Linear Berganda, <https://www.spssindonesia.com>. Diunduh pada tanggal 22 September 2021

- 1) Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $Sig < 0,05$ maka H_4 diterima, ini berarti bahwa secara simultan variabel independent memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependent.
- 2) Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai $Sig > 0,05$ maka H_4 ditolak, ini berarti secara simultan variabel independent tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependent.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

a. Sejarah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk KC Medan Adam Malik

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia termasuk adalah Bank Syariah. Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). 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 Bank BRI Syariah Tbk serta Izin Perubahan Nama dengan Menggunakan Izin Usaha PT Bank BRI Syariah Tbk Menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai Bank Hasil Penggabungan. Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan

lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin).⁴³

b. Logo, Visi dan Misi Perusahaan

1) Logo Perusahaan



Gambar 4.1 Logo Bank Syariah Indonesia

Logo Bank Syariah Indonesia memiliki bintang bersudut 5, ini mempresentasikan lima sila Pancasila dan lima rukun Islam.

2) Visi

TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK

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

⁴³ <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami> (diakses tanggal 22 Februari 2021).

3) Misi

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.

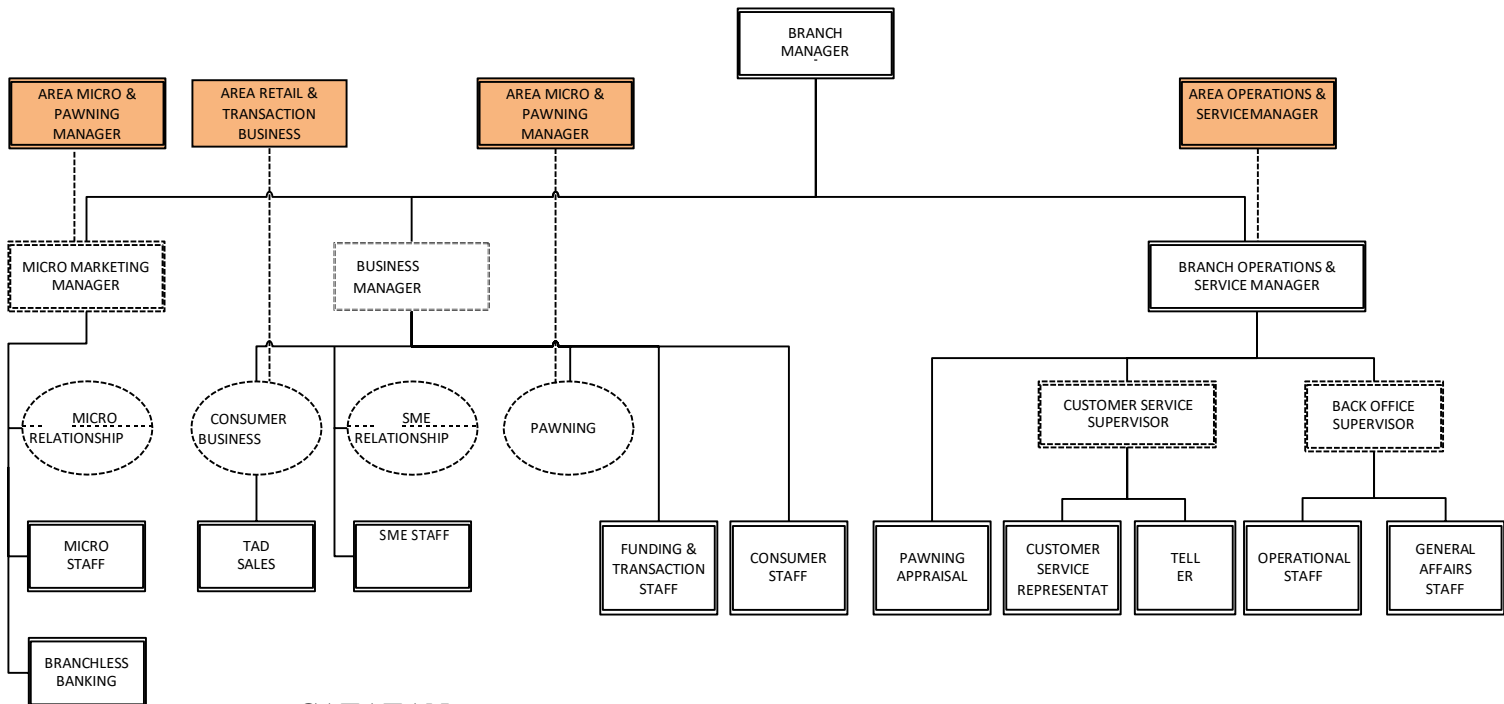
Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025

2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.

Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).

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

c. Struktur Organisasi



CATATAN :

Formasi yang berada di Area

Formasi terdapat Team Leader

Formasi tidak selalu dipenuhi, tergantung dari potensi dan strategi bisnis.

Untuk Cabang yang memiliki KLP Prioritas dimungkinkan disediakan CS dan Teller dedicated

Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan
Adam Malik

2. Hasil Uji Analisis
 - a. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4.1
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Manfaat	93	15.00	25.00	20.5161	3.04892
Kemudahan Penggunaan	93	9.00	25.00	19.1183	4.31844
Kredibilitas	93	11.00	25.00	19.9570	2.97056
Keputusan Nasabah	93	14.00	25.00	19.8602	3.05597
Valid N (listwise)	93				

(Sumber: Diolah dari SPSS 15)

Berdasarkan tabel di atas, terdapat 5 item pertanyaan di setiap variabel dengan jumlah responden 93 orang. Variabel Manfaat (X1) memiliki nilai minimum 15 dan nilai maksimum 25. Nilai rata-rata masing-masing responden sebesar 20.5161 dengan simpangan baku atau penyebaran rata-rata sebesar 3.04892. Variabel Kemudahan Penggunaan (X2) memiliki nilai minimum 9 dan nilai maksimum 25. Nilai rata-rata masing-masing responden sebesar 19.1183 dengan simpangan baku atau penyebaran rata-rata sebesar 4.31844. Variabel Kredibilitas (X3) memiliki nilai minimum 11 dan nilai maksimum 25. Nilai rata-rata masing-masing responden sebesar 19.9570 dengan simpangan baku atau penyebaran rata-rata sebesar 2.97056 dan Variabel Keputusan Nasabah (Y) memiliki nilai minimum 14 dan nilai maksimum 25. Nilai rata-rata masing-masing responden sebesar 19.8602 dengan simpangan baku atau penyebaran rata-rata sebesar 3.05597.

Karakteristik Responden

Tabel 4.2

Deskriptif Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	42	45.2	45.2	45.2
Wanita	51	54.8	54.8	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa dari 93 Responden, sebanyak 42 orang berjenis kelamin Pria dengan persentase 45,2% dan sebanyak 51 orang berjenis kelamin Wanita dengan persentase 54,8%.

Tabel 4.3

Deskriptif Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18-27 tahun	28	30.1	30.1	30.1
28-35 tahun	33	35.5	35.5	65.6
36-50 tahun	25	26.9	26.9	92.5
> 50 tahun	7	7.5	7.5	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa dari 93 Responden, sebanyak 28 orang yang berusia 18-27 tahun dengan persentase 30,1%, sebanyak 33 orang yang berusia 28-35 tahun dengan persentase 35,5%, sebanyak 25 orang yang berusia 36-50 tahun dengan persentase 26,9% dan sebanyak 7 orang yang berusia > 50 tahun dengan persentase 7,5%.

Tabel 4.4**Deskriptif Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	6	6.5	6.5	6.5
SMP/SLTP	9	9.7	9.7	16.1
SMA/MA	12	12.9	12.9	29.0
Diploma	17	18.3	18.3	47.3
S1	35	37.6	37.6	84.9
S2	14	15.1	15.1	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa dari 93 responden, sebanyak 6 orang dengan persentase 6,5% berpendidikan SD, sebanyak 9 orang dengan persentase 9,7% berpendidikan SMP/SLTP, sebanyak 12 orang dengan persentase 12,9% berpendidikan SMA/MA, sebanyak 17 orang dengan persentase 18,3% berpendidikan Diploma, sebanyak 35 orang dengan persentase 37,6% berpendidikan S1 dan sebanyak 14 orang dengan persentase 15,1% berpendidikan S2.

Tabel 4.5**Deskriptif Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar/Mahasiswa	13	14.0	14.0	14.0
PNS/TNI/POLRI	21	22.6	22.6	36.6
Ibu Rumah Tangga	9	9.7	9.7	46.2
Pegawai Swasta	25	26.9	26.9	73.1
Wiraswasta	20	21.5	21.5	94.6
Lain-lain	5	5.4	5.4	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa dari 93 responden, sebanyak 13 orang dengan pekerjaan Pelajar/Mahasiswa memiliki persentase 14%, sebanyak 21 orang dengan pekerjaan PNS/TNI/POLRI memiliki persentase 22,6%, sebanyak 9 orang dengan pekerjaan Ibu Rumah Tangga memiliki persentase 9,7%, sebanyak 25 orang dengan pekerjaan Pegawai Swasta memiliki persentase 26,9%, sebanyak 20 orang dengan pekerjaan Wiraswasta memiliki persentase 21,5% dan sebanyak 5 orang dengan pekerjaan lain-lain memiliki persentase 5,4%.

Tabel 4.6

**Deskriptif Frekuensi Responden Berdasarkan
Lama Menggunakan *Mobile Banking***

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari 1 tahun	44	47.3	47.3	47.3
	2 tahun	19	20.4	20.4	67.7
	3 tahun	6	6.5	6.5	74.2
	≥4 tahun	24	25.8	25.8	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa dari 93 responden, Lama Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* yaitu 44 orang menggunakan selama kurang dari 1 tahun dengan persentase 47,3 %, sebanyak 19 orang menggunakan selama 2 tahun dengan persentase 20,4 %, 6 orang menggunakan selama 3 tahun dengan persentase 6,5% dan 24 orang menggunakan selama ≥ 4 tahun dengan persentase 24 orang.

Tabel 4.7

**Deskriptif Frekuensi Responden Berdasarkan Perangkat Yang Digunakan
Untuk Mengakses Layanan *Mobile Banking***

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Android	80	86.0	86.0	86.0
	Iphone	13	14.0	14.0	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa dari 93 responden, Perangkat Yang Digunakan Nasabah Untuk Mengakses Layanan *Mobile Banking* yaitu 80 orang menggunakan Android dengan persentase 86% dan 13 orang menggunakan Iphone dengan persentase 14 %.

b. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Dasar Pengambilan Keputusan Uji Validitas:

Membandingkan nilai r hitung dengan r tabel

a. Jika nilai r hitung $>$ r table maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.

b. Jika nilai r hitung $<$ r table maka pertanyaan tersebut tidak valid

Kuisisioner penelitian ini diuji kepada 93 responden. Nilai r tabel untuk diuji dua sisi pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$. Karena jumlah data (n) 93 maka Df (*degree of freedom*) diperoleh dari jumlah responden dikurangi dengan 2 ($df = n - 2$) atau $df = 93 - 2 = 91$. Maka diperoleh r tabel sebesar 0,203. Hasil pengolahan uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas

Butir Pertanyaan	Variabel	R-Hitung	R-Tabel (Taraf Sig.5%)	Keterangan
1	Manfaat (X1)	0,859	0,203	Valid
2		0,922	0,203	Valid
3		0,794	0,203	Valid
4		0,798	0,203	Valid
5		0,913	0,203	Valid

1	Kemudahan Penggunaan (X2)	0,963	0,203	Valid
2		0,930	0,203	Valid
3		0,958	0,203	Valid
4		0,934	0,203	Valid
5		0,964	0,203	Valid
1	Kredibilitas (X3)	0,563	0,203	Valid
2		0,861	0,203	Valid
3		0,871	0,203	Valid
4		0,868	0,203	Valid
5		0,817	0,203	Valid
1	Keputusan Nasabah (Y)	0,749	0,203	Valid
2		0,904	0,203	Valid
3		0,868	0,203	Valid
4		0,840	0,203	Valid
5		0,893	0,203	Valid

(Sumber: Data diolah dari SPSS 15)

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwasanya seluruh nilai r hitung dari setiap variabel X1,X2,X3 dan Y lebih besar daripada r tabel dengan taraf signifikansi 5% sehingga dikatakan bahwa seluruh item pertanyaan dari seluruh variabel valid dan dapat digunakan untuk memenuhi syarat validitas.

2) Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliable jika jawaban yang diberikan oleh responden selalu konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas untuk variabel dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,6$.

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas Reliabilitas	Keterangan
Manfaat (X1)	0,908	0,6	Reliabel
Kemudahan Penggunaan (X2)	0,970	0,6	Reliabel
Kredibilitas (X3)	0,860	0,6	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	0,904	0,6	Reliabel

(Sumber: Data diolah dari SPSS 15)

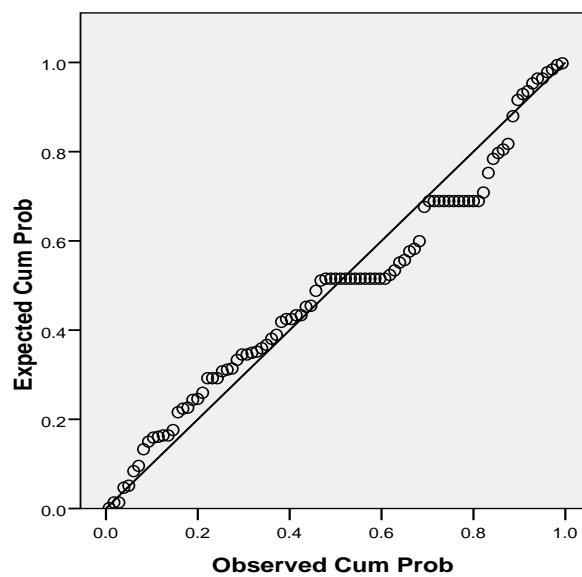
c. Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Berikut ini hasil uji normalitas dengan menggunakan *Normal Probability Plot*:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan_Menggunakan



Gambar 4.3 Hasil Uji P-Plot

Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga data penelitian telah berdistribusi normal dan juga telah memenuhi regresi yang baik.

Berikut ini hasil uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov*

Tabel 4.10

Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		93
Normal Parameters(a,b)	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.23678569
Most Extreme Differences	Absolute	.125
	Positive	.125
	Negative	-.074
Kolmogorov-Smirnov Z		1.206
Asymp. Sig. (2-tailed)		.109

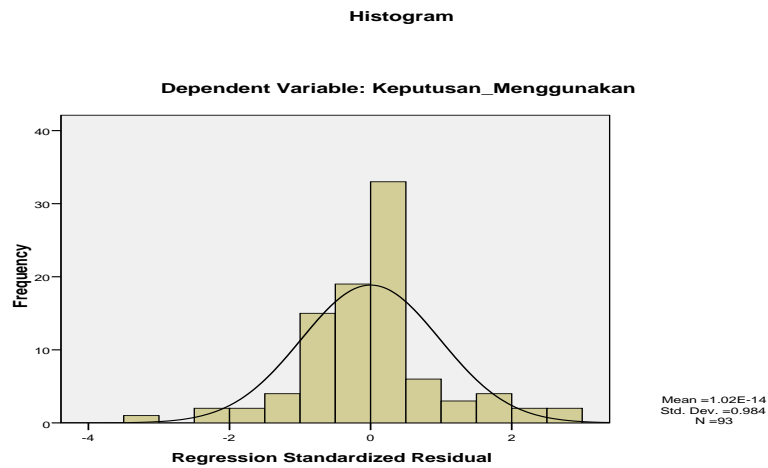
a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

(Sumber: Data diolah dari SPSS 15)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa tabel tersebut menunjukkan nilai Asymp.Sig.(2-tailed) sebesar $0,109 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data variabel telah berdistribusi normal.

Berikut ini hasil uji normalitas dengan menggunakan Histogram:



Gambar 4.4 Hasil Uji Grafik Histogram

Berdasarkan gambar di atas uji normalitas dengan histogram dapat disimpulkan bahwa data variabel telah berdistribusi normal karena kurva histogram di atas berbentuk parabola dan bukan garis linear.

2) Uji Multikolinearitas

Tujuan digunakannya uji ini adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Kriteria pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai *tolerance* $> 0,1$ atau $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Apabila nilai *tolerance* $< 0,1$ atau $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.11

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

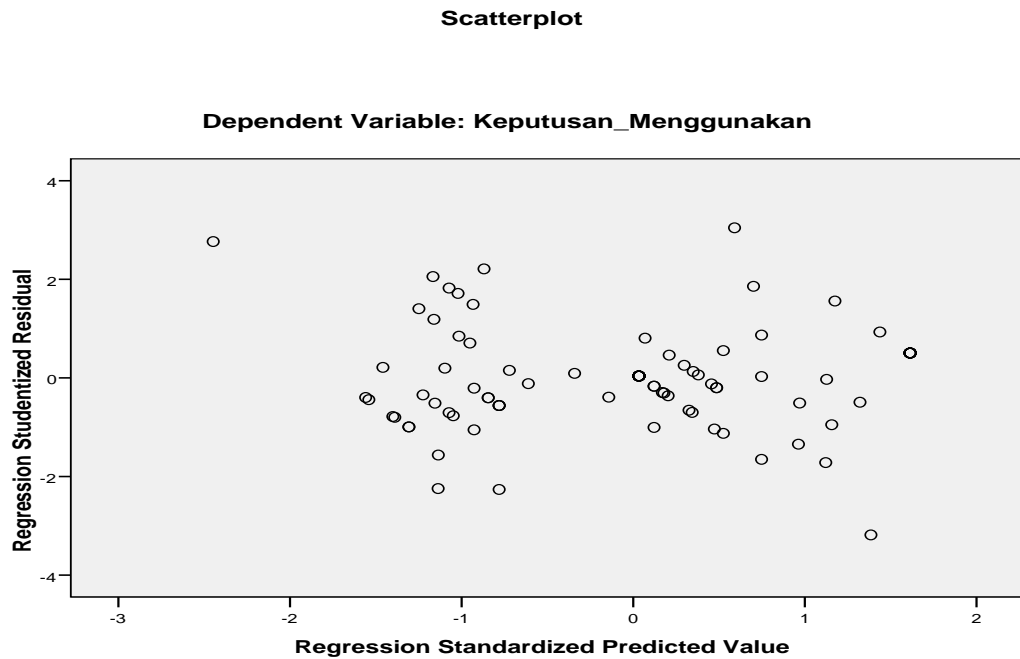
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.430	.206		2.083	.040		
	Manfaat	.248	.080	.247	3.112	.003	.267	3.740
	Kemudahan_Penggunaan	.232	.064	.327	3.602	.001	.204	4.891
	Kredibilitas	.411	.089	.400	4.595	.000	.223	4.485

a Dependent Variable: Keputusan_Nasabah
(Sumber: Data diolah dari SPSS 15)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF untuk variabel Manfaat (X1) sebesar 3,740, Kemudahan Penggunaan (X2) sebesar 4,891 dan Kredibilitas (X3) sebesar 4,485 di mana semua nilai VIF dari masing-masing variabel independen < 10 . Dan untuk nilai *tolerance* variabel Manfaat (X1) sebesar 0,267, Kemudahan Penggunaan (X2) sebesar 0,204 dan Kredibilitas (X3) sebesar 0,223 di mana semua nilai *Tolerance* tersebut $> 0,1$.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut dengan Homokedastisitas. Dan jika varians berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya, maka disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas. Jika titik-titik *scatter plot* membentuk pola-pola tertentu, maka mengindikasikan adanya heteroskedastisitas. Namun jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak ada pola yang jelas maka tidak terjadi heterokedastisitas.



Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas Scatterplots

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan pola titik-titik pada grafik scatter plot tersebut secara acak dan tidak membentuk pola tertentu secara jelas serta tersebar baik atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Kriteria pengujian dengan menggunakan uji glejser adalah:

- 1) Jika nilai sig > 0,05 berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai sig < 0,05 berarti terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.12**Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji glejser****Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.310	.143		2.173	.032		
	Manfaat	-.023	.055	-.085	-.419	.677	.267	3.740
	Kemudahan_Penggunaan	-.015	.045	-.077	-.333	.740	.204	4.891
	Kredibilitas	.002	.062	.008	.037	.971	.223	4.485

a Dependent Variable: RES2

(Sumber: Data diolah dari SPSS 15)

Berdasarkan hasil pengujian dengan uji glejser, maka dapat dilihat:

- a. Nilai Sig X1 = 0,677 > 0,05
- b. Nilai Sig X2 = 0,740 > 0,05
- c. Nilai Sig X3 = 0,971 > 0,05

Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel X tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena nilai signifikansi yang didapat dari setiap variabel X lebih besar dari 0,05.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.13**Uji Analisis Regresi Linear Berganda****Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.430	.206		2.083	.040		
	Manfaat	.248	.080	.247	3.112	.003	.267	3.740
	Kemudahan_Penggunaan	.232	.064	.327	3.602	.001	.204	4.891
	Kredibilitas	.411	.089	.400	4.595	.000	.223	4.485

a Dependent Variable: Keputusan_Nasabah

(Sumber: Data diolah dari SPSS 15)

Dari nilai-nilai koefisien di atas, dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 0,430 + 0,248X_1 + 0,232X_2 + 0,411X_3 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

- a. Nilai *Constant* (a) = 0,430 artinya apabila skor variabel manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas sama dengan nol atau konstan, maka Keputusan nasabah adalah sebesar 0,430.
- b. Jika variabel Manfaat (X1) meningkat sebesar satu satuan maka variabel Keputusan Nasabah (Y) juga meningkat sebesar 0,248 kali. Sebaliknya jika variabel Manfaat (X1) menurun sebesar satu satuan maka variabel Keputusan Nasabah (Y) juga menurun sebesar 0,248 kali.
- c. Jika variabel Kemudahan Penggunaan (X2) meningkat sebesar satu satuan maka variabel Keputusan Nasabah (Y) juga meningkat sebesar 0,232 kali. Sebaliknya jika variabel Kemudahan Penggunaan (X2) menurun sebesar satu satuan maka variabel Keputusan Nasabah (Y) juga menurun sebesar 0,232 kali.
- d. Jika variabel Kredibilitas (X3) meningkat sebesar satu satuan maka variabel Keputusan Nasabah (Y) juga meningkat sebesar 0,411 kali. Sebaliknya jika variabel Kredibilitas (X3) menurun sebesar satu satuan maka variabel Keputusan Nasabah (Y) juga menurun sebesar 0,411 kali.
- e. *Std.Error(Constant)* merupakan penyimpangan dari konstanta yang ada dalam model persamaan regresi yaitu sebesar 0,206
- f. *Std.Error* variabel Manfaat (X1) menunjukkan penyimpangan koefisien regresi variabel X1. Semakin kecil penyimpangan dalam koefisien regresi itu berarti semakin berarti kontribusi variabel X1 tersebut terhadap variabel Y sebesar 0,080
- g. *Std.Error* variabel Kemudahan Penggunaan (X2) menunjukkan penyimpangan koefisien regresi variabel X2. Semakin kecil penyimpangan dalam koefisien regresi itu berarti semakin berarti kontribusi variabel X2 tersebut terhadap variabel Y sebesar 0,064

- h. *Std.Error* variabel Kredibilitas (X3) menunjukkan penyimpangan koefisien regresi variabel X3. Semakin kecil penyimpangan dalam koefisien regresi itu berarti semakin berarti kontribusi variabel X3 tersebut terhadap variabel Y sebesar 0,089

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda tersebut, dapat diketahui bahwa hubungan yang terjadi antara manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas dengan keputusan nasabah adalah hubungan yang positif, di mana ketika manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas ditingkatkan maka akan berdampak pada Keputusan Nasabah.

e. Hasil Uji Hipotesis

1) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui presentase variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu, jika koefisien determinasi (R^2) = 1, artinya variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya variabel independen tidak mampu dalam menjelaskan variasi-variasi variabel dependen.

Tabel 4.14

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.922(a)	.850	.845	.24074

a Predictors: (Constant), Kredibilitas, Manfaat, Kemudahan_Penggunaan

b Dependent Variable: Keputusan_Nasabah

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,845. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas mampu menerangkan variabel terikat yaitu Keputusan Nasabah

sebesar 84,5% dan sisanya 15,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar model regresi.

2) Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui variabel independent secara parsial terhadap variabel dependent, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Hipotesis akan diuji dengan taraf nyata $\alpha = 5\%$. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan $< 0,05$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_1, H_2, H_3 diterima yang artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Jika nilai signifikan $> 0,05$ atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_1, H_2, H_3 ditolak yang artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Nilai t tabel untuk diuji pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$, tabel distribusi t dicari pada $0,05:2 = 0,025$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $93-3-1 = 89$ (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,025) hasil yang diperoleh untuk t tabel sebesar 1,986.

Berikut ini adalah hasil uji t:

Tabel 4.15
Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.430	.206		2.083	.040		
	Manfaat	.248	.080	.247	3.112	.003	.267	3.740
	Kemudahan Penggunaan	.232	.064	.327	3.602	.001	.204	4.891
	Kredibilitas	.411	.089	.400	4.595	.000	.223	4.485

a Dependent Variable: Keputusan_Nasabah
(Sumber: Diolah dari SPSS 15)

a) Manfaat (X1)

Variabel Manfaat memiliki nilai t hitung $3,112 > t$ tabel $1,986$ dan memiliki nilai sig $0,003 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang artinya variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

b) Kemudahan Penggunaan (X2)

Variabel Kemudahan Penggunaan memiliki nilai t hitung $3,602 > t$ tabel $1,986$ dan memiliki nilai sig $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima yang artinya variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

c) Kredibilitas (X3)

Variabel Kredibilitas memiliki nilai t hitung $4,595 > t$ tabel $1,986$ dan memiliki nilai sig $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima yang artinya variabel kredibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

3) Uji F (Simultan)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent secara bersama-sama dengan variabel dependent. Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Bila F hitung $> F$ tabel atau nilai Sig $< 0,05$ maka H_4 diterima, ini berarti bahwa secara simultan variabel independent memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependent.
- 2) Bila F hitung $< F$ tabel atau nilai Sig $> 0,05$ maka H_4 ditolak, ini berarti secara simultan variabel independent tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependent.

Nilai F tabel diuji pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$. Dan cara menentukan F tabel yaitu $df_1 = k - 1$ atau $4 - 1 = 3$. Dan $df_2 = n - k$ atau $93 - 4 = 89$. Maka dapat diperoleh F tabel sebesar 2,71.

Berikut ini hasil dari uji F

Tabel 4.16
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29.209	3	9.736	167.992	.000 ^a
	Residual	5.158	89	.058		
	Total	34.367	92			

a Predictors: (Constant), Kredibilitas, Manfaat, Kemudahan_Penggunaan

b Dependent Variable: Keputusan_Nasabah

(Sumber: Diolah dari SPSS 15)

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai F hitung $167,992 > F$ tabel 2,71 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima, ini berarti bahwa secara simultan variabel independent memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependent.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Persepsi Manfaat yaitu pendapat pengguna (*user*) percaya bahwa penggunaan teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Hasil analisis yang telah diolah pada spss 15 diperoleh manfaat mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil uji hipotesis, di mana diperoleh bahwa variabel Manfaat (X_1) memiliki nilai t hitung $3,112 > t$ tabel 1,986 dan memiliki nilai sig $0,003 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang

artinya variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada PT.Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik. Hal ini karena semakin besar manfaat suatu teknologi yang diterima oleh seseorang maka akan semakin besar pula keputusan mereka untuk menggunakan *Mobile Banking*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Tajuddin Naqib tahun 2019 di mana dalam hasil penelitian yang ia lakukan menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Persepsi Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai pendapat seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras dari pemakainya. Hasil analisis yang telah diolah pada spss 15 diperoleh kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil uji hipotesis, di mana diperoleh bahwa variabel Kemudahan Penggunaan memiliki nilai t hitung $3,602 > t$ tabel $1,986$ dan memiliki nilai sig $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima yang artinya variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah *Mobile Banking* pada PT.Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik. Di antara variabel-variabel bebas lainnya diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan merupakan variabel kedua yang memiliki pengaruh besar nasabah memutuskan untuk menggunakan *Mobile Banking*, karena semakin mudah seseorang mengoperasikan *Mobile Banking* maka akan semakin besar pula keputusan mereka untuk menggunakannya.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Margaretha Oktavia Pranoto tahun 2020 yang berjudul “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran) di mana dalam hasil penelitiannya menunjukkan kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking. Namun penelitian ini mendukung penelitian Muhammad Dwi Ardika tahun 2018 yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*” di mana dalam hasil penelitian yang ia lakukan menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking* dan penelitian Nurul Hidayat tahun 2018 yang berjudul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan Mobile Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung)” di mana dalam hasil penelitian yang ia lakukan menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

3. Pengaruh Persepsi Kredibilitas terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Persepsi Kredibilitas didefinisikan sebagai perilaku saat seseorang percaya transaksi dan privasi informasi mereka dijaga dengan aman yang akan mempengaruhi penerimaan mereka terhadap suatu sistem teknologi. Hasil analisis yang telah diolah pada spss 15 diperoleh persepsi kredibilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil uji hipotesis, di mana diperoleh bahwa Variabel Kredibilitas memiliki nilai t hitung $4,595 > t$ tabel $1,986$ dan memiliki nilai sig $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima yang

artinya variabel kredibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Dari tabel uji t bisa kita lihat bahwa di antara variabel-variabel bebas yang lain diketahui bahwa variabel kredibilitas merupakan variabel dominan atau yang paling mempengaruhi nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* sehingga kredibilitas merupakan faktor yang utama bagi nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik untuk menggunakan *Mobile Banking* dalam transaksinya sehari-hari. Karena dapat dikatakan semakin tinggi tingkat keamanan maka semakin menguatkan keputusan nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Reza Ramadhan tahun 2016 yang berjudul “Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas dan Persepsi Harga pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*” di mana dalam hasil penelitian yang ia lakukan menunjukkan bahwa Persepsi Kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *Mobile Banking*.

4. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk, KC Medan Adam Malik. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistic F hitung $167,992 > F$ tabel 2,71 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa variabel manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas secara bersama-sama memiliki pengaruh yang simultan terhadap keputusan nasabah.

Hasil uji determinasi R^2 pada penelitian ini diperoleh dari tabel uji determinasi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,845. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas mampu menerangkan variabel terikat yaitu Keputusan Nasabah sebesar 84,5% dan sisanya 15,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar model regresi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Mario Ladesman tahun 2018 yang berjudul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*” di mana dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara bersamaan memiliki pengaruh simultan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik” maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik. Hal ini dibuktikan secara statistic nilai signifikan sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,112 > t$ tabel 1,986 .
2. Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik. Hal ini dibuktikan secara statistic nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,602 > t$ tabel 1,986.
3. Kredibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik. Hal ini dibuktikan secara statistic nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,595 > t$ tabel 1,986.
4. Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik. Hal ini dibuktikan secara statistic nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $167,992 > F$ tabel 2,71

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik” yang dilakukan, penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut ini:

1. Bagi PT. Bank Syariah Indonesia Tbk, KC Medan Adam Malik

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Oleh karena itu, pihak bank harus memperhatikan indikator-indikator tersebut dengan cara meningkatkan aspek-aspek tersebut untuk menunjang layanan *Mobile Banking*. Bank harus memperhatikan layanan *Mobile Banking* dari persepsi kemudahan penggunaannya dengan cara sosialisasi ketika CS mengajak nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking*. CS dapat memberikan informasi yang jelas dan baik secara langsung kepada nasabah atau memberikan brosur terkait semua fungsi dan manfaat dari fitur yang disediakan serta tata cara bertransaksi, sehingga diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi nasabah ketika melakukan transaksi. Serta layanan jaringan yang cepat dan mudah diakses harus diperhatikan bank karena nasabah juga sering mengalami kesulitan ketika mereka sering mengalami gagal transaksi. Selain itu, diharapkan agar bank lebih meningkatkan sistem keamanan yang berlapis dan selalu *update* karena pandemic seperti ini banyak serangan siber yang dapat membobol dana nasabah. Karena persepsi keamanan ini memiliki pengaruh besar terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Dengan adanya saran ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi bagi pihak perbankan sehingga penggunaan layanan *Mobile Banking* semakin meningkat dan dapat meningkatkan efisiensi operasional perbankan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk peneliti selanjutnya. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat melakukan penambahan variabel-variabel lain dari TAM yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking* selain manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas agar lebih mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat dan lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Astuti, Septin Puji. 2015. *Modul Praktikum Statistika* (Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta).
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS* Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS* Semarang : Universitas Diponegoro
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta: ANDI
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi 12 Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 2014. *Principles of Marketing Global Edition* 15th Edition. England: Pearson
- Nurastuti, Wiji. 2011. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Nasution, Muhammad Lathief Ilhamy. 2018. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Medan: Febi Uinsu Press
- Nasution, Siti Suaibah. 2019. *STATISTIKA* (buku, tidak diterbitkan)
- Priyatno, Dwi. 2010. *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS* 20. Yogyakarta: Andi
- Rahma, Hassanudin. 2007. *Kebijakan Kredit perbankan yang berwawasan Lingkungan*. Jakarta: PT Citra Aditya Bakti
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi. 2016. *Metode Penelitian Ekonomi*. Medan: Febi Uinsu Press.
- Soemitra, Andri. 2017. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Depok: Kencana
- Supratman, Lucy Pujasari dan Adi Bayu Mahadian. 2016. *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublishh.
- Sutabri, Tata. 2016. *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Andi
- Sujarweni, V. Wiratna. 2019. *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Tarigan, Azhari Akmal.2015.*Buku Panduan Penulisan Skripsi* (buku, tidak diterbitkan)

SUMBER LAIN

Bambang Setiyo Pembudi,Ahmad. 2014.“Pengaruh Persepsi Manfaat,Persepsi Kemudahan,Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI)” dalam *Jurnal Studi Manajemen*, Vol 8,No 1,h. 3-4.

Davis.1989. *Perceived usefulness,Perceived ease of use,And User Acceptance Of Information Technology.MS Quarterly (online)*.(Vol.13 Iss.3) h. 318.

Hadi, Syamsul dan Novi.2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*, dalam *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*,jilid V,h. 55-67.

Hidayat, Nurul. 2018.”Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan *Mobile Banking*”(Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung), h.34

Istiarni, Panggih Rizki Dwi.2004. “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNDIP), h.39

Pranoto, Margaretha Oktavia.2020.”Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat,Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus pada PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran)” dalam *Jurnal Keunil Majalah Ilmiah* Vol.8 No.1 Januari 2020,h.7.

Ramadhan, Reza.2017.” Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas dan Persepsi Harga pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Di Bank Syariah Mandiri Surabaya” dalam *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* Vol.4 No.6 Juni 2017:478-492

Supriatna,Emas.2020. Wabah Corona Virus Disease *Covid-19* Dalam Pandangan Islam dalam *Jurnal Sosial & Budaya Syar-I* 07(06) h.556.

Wang et al.2003.“ Determinants of user acceptance of internet banking: An empirical study dalam *International Journal of Service Industry Management (online journal from Proquest)*, (Vol.14,Iss.5) h.508

Wandi,Jefri,et.al.2020.“Pengaruh Persepsi Kegunaan,Persepsi Keuntungan,Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah BNI Menggunakan *Mobile Banking*”dalam *Jurnal Manajemen*,Vol 6 No.1, Januari 2020,h.91

Widjana, Mahardika Aditya. 2010."Determinan Faktor Penerimaan terhadap Internet Banking pada Nasabah Bank di Surabaya" (Tesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya,.)h.33

WEBSITE

Hidayat, Wihdan. Perbankan Syariah Hadapi *Covid-19*, Tantangan dan Solusi. <https://republika.co.id>. Diunduh pada tanggal 03 Januari 2021

Pane, Merry Dame Cristy 2020."COVID-19, <https://www.aladokter.com/Covid-19>. Diunduh pada tanggal 03 Januari 2021

Raharjo,Sahid. Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser Program SPSS,<https://www.konsistensi.com>. Diunduh pada tanggal 21 September 2021

Raharjo,Sahid. Cara Melakukan Uji F simultan dalam Analisis Regresi Linear Berganda, <https://www.spssindonesia.com>. Diunduh pada tanggal 22 September 2021

Salsabila, Putri Zakia."Kejahatan Siber di Indonesia Naik 4 Kali Lipat Selama Pandemi" <https://tekno.kompas.com>. Diunduh pada tanggal 16 Juni 2021

<https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>. Diunduh pada tanggal 22 Februari 2021

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuisisioner Penelitian

Kepada

Bapak/Ibu nasabah pengguna *Mobile Banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dalam rangka menyelesaikan skripsi, Saya Nadila.T.Oktapiani Sinulingga, Mahasiswa UINSU, Prodi Perbankan Syariah akan mengadakan penelitian akhir di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik dengan judul "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan Adam Malik Di Masa Pandemi *Covid-19*". Saya mengharapkan partisipasi Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini sesuai dengan pendapat asli tanpa dipengaruhi orang lain. Semua informasi yang diberikan akan diperlukan secara rahasia dan hanya digunakan untuk tujuan penelitian dan akademis. Demikian surat permohonan ini saya buat, atas partisipasi Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb



Nadila.T.Oktapiani Sinulingga

1. Identitas Responden:

Nama :
Tempat/Tanggal Lahir :
Alamat :

Untuk pertanyaan selanjutnya anda cukup memilih salah satu jawaban dengan memberi tanda silang (X)

Jenis Kelamin :

- a. Pria
- b. Wanita

Umur :

- a. 18-27 tahun
- b. 28-35 tahun
- c. 36-50 tahun
- d. > 50 tahun

Pendidikan Terakhir :

- a. SD
- b. SMP/SLTP
- c. SMA/MA
- d. Diploma
- e. S1
- f. S2

Pekerjaan Responden :

- a. Pelajar/Mahasiswa
- b. PNS/TNI/Polri
- c. Ibu Rumah Tangga
- d. Pegawai Swasta
- e. Wiraswasta

f. Lain-lain

Lama menggunakan *Mobile Banking*

- a. Kurang dari 1 tahun
- b. 2 tahun
- c. 3 tahun
- d. ≥ 4 tahun

Perangkat yang digunakan untuk mengakses layanan mobile banking

- a. Android
- b. Iphone

2. Petunjuk Pengisian:

Isilah sejumlah pertanyaan di bawah ini dengan memberi tanda (\surd) pada alternative jawaban yang tersedia dengan keadaan/kondisi yang sebenarnya:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS :Sangat Tidak Setuju

NO	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Kurang Setuju (KS)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
Persepsi Manfaat						
1.	<i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik membantu pekerjaan nasabah dalam bertransaksi.					
2.	Manfaat <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik dapat menghemat waktu dalam bertransaksi					
3.	Penggunaan <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik meningkatkan kinerja pengguna					
4.	<i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik meningkatkan produktivitas pengguna					
5.	<i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik secara keseluruhan bermanfaat					

Persepsi Kemudahan Penggunaan						
1.	Fitur <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik jelas dan mudah dimengerti					
2.	Sistem <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik membuat saya terampil dalam menggunakan aplikasinya					
3.	<i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik mudah dipelajari					
4.	Layanan <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik dapat digunakan dengan mudah di manapun/kapanpun					
5.	Saya merasa bahwa mudah untuk mengendalikan /mengontrol layanan <i>Mobile Banking</i> .					
Persepsi Kredibilitas						
1.	<i>Mobile Banking</i> memiliki resiko dalam penggunaannya.					
2.	<i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik memiliki keahlian dalam meningkatkan					

	layanan perbankan					
3.	Menurut saya bank dapat merahasiakan data/informasi tentang nasabah					
4.	Menurut saya, <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik aman digunakan					
5.	<i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik memberikan tampilan dan fitur modern dan canggih yang dibutuhkan untuk bertransaksi					
Keputusan Nasabah menggunakan <i>Mobile Banking</i>						
1.	Saya memutuskan untuk menggunakan <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik karena sesuai dengan kebutuhan saya					
2.	Saya menggunakan <i>Mobile Banking</i> karena keinginan sendiri					
3.	Saya merasa puas setelah menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik					
4.	Saya akan merekomendasikan					

	layanan <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik kepada orang lain.					
5.	Kemudahan menggunakan <i>Mobile Banking</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KC Medan Adam Malik membuat saya ingin selalu bertransaksi.					

Lampiran 2

Hasil Data Kuisisioner

1. Persepsi Manfaat (X1)

Responden	Persepsi Manfaat (X1)					Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	4	4	4	4	5	21
2	5	5	5	5	5	25
3	4	5	4	4	4	21
4	5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	5	22
6	5	5	5	5	5	25
7	5	4	4	4	5	22
8	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	5	25
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	5	25
12	3	3	3	3	3	15
13	4	4	4	4	4	20
14	3	3	4	3	3	16
15	4	4	4	4	4	20
16	5	5	4	4	5	23
17	4	4	5	4	4	21
18	5	5	5	5	5	25
19	5	5	4	4	4	22
20	5	5	5	5	5	25
21	4	4	4	4	4	20
22	5	5	5	5	5	25
23	4	4	4	4	4	20
24	4	4	4	5	5	22
25	3	5	5	5	5	23
26	5	5	5	5	5	25
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	4	20
29	4	5	4	5	4	22
30	4	3	3	4	4	18
31	5	5	4	4	5	23
32	5	5	5	5	5	25
33	4	3	3	3	3	16

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

75	5	5	4	4	5	23
76	4	3	4	4	3	18
77	4	3	4	4	3	18
78	5	5	4	4	5	23
79	3	3	4	4	3	17
80	4	3	4	4	3	18
81	4	3	4	4	3	18
82	3	4	3	4	3	17
83	5	5	4	4	5	23
84	3	4	3	4	3	17
85	5	5	4	5	5	24
86	4	3	4	4	3	18
87	3	3	4	4	4	18
88	5	5	4	5	5	24
89	3	3	4	4	4	18
90	4	5	4	4	5	22
91	3	3	4	4	3	17
92	4	5	4	4	5	22
93	3	3	4	4	3	17

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)

Responden	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)					Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	4	4	4	4	4	20
2	5	5	5	5	5	25
3	5	4	4	4	4	21
4	5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	4	23
6	5	5	5	5	5	25
7	4	4	5	5	5	23
8	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	5	25
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	5	25
12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	4	4	4	20
14	2	2	2	3	3	12
15	4	4	4	4	4	20
16	4	4	5	4	4	21
17	5	5	5	5	5	25

18	5	5	5	5	5	25
19	4	4	4	4	4	20
20	5	5	5	5	5	25
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	4	4	20
24	4	5	5	5	5	24
25	5	5	5	5	5	25
26	5	5	5	5	5	25
27	4	4	4	4	4	20
28	5	5	5	5	5	25
29	5	4	5	4	5	23
30	3	3	2	2	3	13
31	4	4	4	5	4	21
32	5	5	5	5	5	25
33	3	3	3	2	3	14
34	5	5	4	4	4	22
35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	5	4	21
37	4	4	4	4	4	20
38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	5	4	21
41	4	4	4	4	4	20
42	3	3	3	3	3	15
43	3	3	3	2	3	14
44	3	3	3	3	3	15
45	3	3	3	3	3	15
46	3	3	3	3	3	15
47	3	3	3	3	3	15
48	4	4	4	4	4	20
49	3	3	3	3	3	15
50	3	3	3	3	3	15
51	4	4	4	4	4	20
52	2	3	2	1	1	9
53	4	4	4	4	4	20
54	5	5	5	5	5	25
55	5	4	5	5	4	23
56	5	5	5	5	5	25
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20

59	3	3	2	2	3	13
60	4	4	4	4	4	20
61	5	5	5	5	5	25
62	3	3	2	2	3	13
63	3	3	2	2	3	13
64	5	5	5	4	5	24
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	4	20
67	3	3	3	3	3	15
68	3	3	3	3	3	15
69	3	3	3	3	3	15
70	3	3	3	3	3	15
71	4	4	3	4	4	19
72	3	2	3	3	3	14
73	3	2	3	3	3	14
74	5	5	5	4	4	23
75	4	5	4	5	4	22
76	3	2	3	3	3	14
77	3	2	3	3	3	14
78	4	4	4	5	4	21
79	3	2	3	3	3	14
80	3	2	3	3	3	14
81	3	2	3	3	3	14
82	3	2	3	3	3	14
83	4	5	4	4	4	21
84	3	2	3	3	3	14
85	5	5	4	4	5	23
86	3	2	3	3	3	14
87	3	2	3	3	3	14
88	5	5	4	4	5	23
89	3	2	3	3	3	14
90	5	5	4	4	5	23
91	3	2	3	3	3	14
92	3	2	3	3	3	14
93	3	2	3	3	3	14

3. Persepsi Kredibilitas (X3)

Responden	Persepsi Kredibilitas (X3)					Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1	4	4	4	4	4	20
2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	4	4	22
6	5	5	5	5	5	25
7	4	4	5	5	4	22
8	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	5	25
10	4	5	4	4	4	21
11	5	5	4	4	4	22
12	3	3	3	3	3	15
13	4	4	4	4	4	20
14	4	3	3	3	3	16
15	4	4	4	4	4	20
16	4	5	5	5	5	24
17	5	5	5	4	4	23
18	5	5	4	4	5	23
19	5	3	5	3	4	20
20	5	5	5	5	5	25
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	4	4	20
24	5	4	5	5	5	24
25	5	5	5	5	5	25
26	5	5	5	5	5	25
27	4	4	4	4	4	20
28	5	4	4	4	4	21
29	5	5	4	5	3	22
30	5	2	4	3	3	17
31	4	4	4	4	5	21
32	5	5	5	5	5	25
33	4	2	3	3	3	15
34	4	4	5	4	4	21
35	4	4	4	4	4	20
36	5	4	4	4	4	21
37	5	4	4	5	4	22

38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	4	4	20
40	5	4	4	4	4	21
41	4	4	4	4	4	20
42	4	2	3	3	3	15
43	4	2	3	4	4	17
44	3	4	3	3	3	16
45	4	2	3	3	4	16
46	4	3	3	3	4	17
47	4	3	3	3	5	18
48	4	4	4	4	4	20
49	4	2	3	3	4	16
50	4	4	3	3	4	18
51	4	4	4	4	4	20
52	5	2	2	1	1	11
53	4	4	4	4	4	20
54	5	5	5	5	5	25
55	5	4	5	5	5	24
56	5	5	5	5	5	25
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	3	4	19
60	4	4	4	4	4	20
61	5	5	5	5	5	25
62	4	3	3	4	4	18
63	4	2	3	3	4	16
64	5	4	5	5	5	24
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	4	20
67	4	3	3	4	4	18
68	4	3	3	4	4	18
69	5	3	3	2	3	16
70	5	3	3	4	4	19
71	4	3	4	4	4	19
72	5	3	3	4	4	19
73	3	3	5	4	4	19
74	4	4	5	5	5	23
75	4	3	3	4	4	18
76	5	3	4	3	4	19
77	3	3	4	3	4	17
78	5	3	4	4	4	20

79	4	3	3	3	3	16
80	4	3	4	4	4	19
81	4	3	4	4	4	19
82	4	3	3	4	4	18
83	4	5	4	4	4	21
84	4	3	2	4	4	17
85	4	3	4	4	4	19
86	4	3	3	4	4	18
87	4	2	3	4	4	17
88	4	3	4	4	4	19
89	4	3	4	3	4	18
90	4	3	4	5	4	20
91	4	3	4	4	4	19
92	4	3	2	4	4	17
93	4	3	3	3	3	16

4. Keputusan Nasabah (Y)

Responden	Keputusan Nasabah (Y)					Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	4	4	4	4	4	20
2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	4	4	22
6	5	5	5	5	5	25
7	4	4	4	4	4	20
8	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	5	25
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	5	25
12	3	3	3	3	3	15
13	4	4	4	4	4	20
14	3	3	3	3	3	15
15	4	4	4	4	4	20
16	4	4	4	4	5	21
17	5	5	3	4	5	22
18	4	5	5	4	5	23
19	4	5	4	4	4	21
20	5	5	5	5	5	25
21	4	4	4	4	4	20

22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	4	4	20
24	5	5	4	4	3	21
25	5	5	5	5	5	25
26	5	5	5	5	5	25
27	4	4	4	4	4	20
28	5	5	5	5	5	25
29	4	5	4	5	5	23
30	3	3	3	4	3	16
31	4	4	4	4	4	20
32	5	5	5	5	5	25
33	3	3	3	3	3	15
34	4	4	4	4	4	20
35	4	4	4	4	4	20
36	5	5	4	3	4	21
37	4	5	4	3	4	20
38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	4	4	20
40	5	5	5	4	5	24
41	4	3	4	4	4	19
42	3	3	3	4	3	16
43	4	4	3	4	3	18
44	3	3	3	3	3	15
45	4	3	3	3	3	16
46	4	4	3	4	4	19
47	5	4	3	4	3	19
48	4	4	4	4	4	20
49	4	3	3	3	3	16
50	4	4	4	4	3	19
51	4	4	4	4	4	20
52	3	3	4	3	3	16
53	4	4	4	4	4	20
54	5	5	5	5	5	25
55	4	5	5	5	4	23
56	5	5	5	5	5	25
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	3	4	3	18
60	5	4	4	4	4	21
61	5	5	5	5	5	25
62	4	3	3	4	3	17

63	3	3	3	3	3	15
64	3	5	4	4	4	20
65	3	4	4	4	4	19
66	4	4	4	4	4	20
67	4	3	4	3	3	17
68	4	3	3	4	3	17
69	2	3	3	3	3	14
70	5	3	3	4	3	18
71	5	4	4	4	4	21
72	4	3	3	4	3	17
73	5	3	4	4	3	19
74	4	4	5	5	4	22
75	5	4	3	4	4	20
76	4	3	3	4	3	17
77	4	3	3	3	3	16
78	5	4	4	4	4	21
79	3	3	3	3	3	15
80	3	3	3	3	3	15
81	3	3	4	4	3	17
82	5	3	3	4	3	18
83	5	4	4	5	4	22
84	4	3	4	4	3	18
85	4	4	4	4	5	21
86	4	3	3	4	3	17
87	5	4	3	4	3	19
88	4	4	4	5	4	21
89	3	3	4	4	2	16
90	4	4	4	4	5	21
91	5	4	4	4	3	20
92	4	3	4	4	3	18
93	3	3	3	3	3	15

Lampiran 3

Hasil Analisis Data SPSS

1. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Manfaat	93	15.00	25.00	20.5161	3.04892
Kemudahan Penggunaan	93	9.00	25.00	19.1183	4.31844
Kredibilitas	93	11.00	25.00	19.9570	2.97056
Keputusan Nasabah	93	14.00	25.00	19.8602	3.05597
Valid N (listwise)	93				

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	93	3.00	5.00	4.1075	.75846
X1.2	93	3.00	5.00	4.0430	.81978
X1.3	93	3.00	5.00	4.0753	.59411
X1.4	93	3.00	5.00	4.1720	.54421
X1.5	93	3.00	5.00	4.1183	.80554
X2.1	93	2.00	5.00	3.8817	.83209
X2.2	93	2.00	5.00	3.7419	1.05195
X2.3	93	2.00	5.00	3.8172	.89620
X2.4	93	1.00	5.00	3.8172	.94347
X2.5	93	1.00	5.00	4.0860	.73212
X3.1	93	3.00	5.00	4.3011	.54742
X3.2	93	2.00	5.00	3.6882	.90864
X3.3	93	2.00	5.00	3.9247	.79723
X3.4	93	1.00	5.00	3.9570	.76491
X3.5	93	1.00	5.00	4.0645	.65618
Y.1	93	2.00	5.00	4.1290	.71057
Y.2	93	3.00	5.00	3.9570	.76491
Y.3	93	3.00	5.00	3.9032	.70810
Y.4	93	3.00	5.00	4.0323	.61594
Y.5	93	2.00	5.00	3.8387	.78422
Valid N (listwise)	93				

2. Uji Validitas

a. Variabel Manfaat

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.762(**)	.561(**)	.560(**)	.744(**)	.859(**)
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
X1.2	Pearson Correlation	.762(**)	1	.618(**)	.641(**)	.865(**)	.922(**)
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
X1.3	Pearson Correlation	.561(**)	.618(**)	1	.733(**)	.617(**)	.794(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
X1.4	Pearson Correlation	.560(**)	.641(**)	.733(**)	1	.623(**)	.798(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
X1.5	Pearson Correlation	.744(**)	.865(**)	.617(**)	.623(**)	1	.913(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93
Total_X1	Pearson Correlation	.859(**)	.922(**)	.794(**)	.798(**)	.913(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93

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

b. Variabel Kemudahan Penggunaan

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.896(**)	.904(**)	.844(**)	.937(**)	.963(**)
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
X2.2	Pearson Correlation	.896(**)	1	.837(**)	.795(**)	.868(**)	.930(**)
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
X2.3	Pearson Correlation	.904(**)	.837(**)	1	.911(**)	.902(**)	.958(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
X2.4	Pearson Correlation	.844(**)	.795(**)	.911(**)	1	.884(**)	.934(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
X2.5	Pearson Correlation	.937(**)	.868(**)	.902(**)	.884(**)	1	.964(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93
Total_X2	Pearson Correlation	.963(**)	.930(**)	.958(**)	.934(**)	.964(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93

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

c. Variabel Kredibilitas

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.387(**)	.401(**)	.338(**)	.304(**)	.563(**)
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.003	.000
	N	93	93	93	93	93	93
X3.2	Pearson Correlation	.387(**)	1	.702(**)	.664(**)	.577(**)	.861(**)
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
X3.3	Pearson Correlation	.401(**)	.702(**)	1	.679(**)	.644(**)	.871(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
X3.4	Pearson Correlation	.338(**)	.664(**)	.679(**)	1	.759(**)	.868(**)
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
X3.5	Pearson Correlation	.304(**)	.577(**)	.644(**)	.759(**)	1	.817(**)
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93
Total_X3	Pearson Correlation	.563(**)	.861(**)	.871(**)	.868(**)	.817(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93

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

d. Variabel Keputusan Nasabah

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.590(**)	.479(**)	.611(**)	.525(**)	.749(**)
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
Y.2	Pearson Correlation	.590(**)	1	.755(**)	.649(**)	.822(**)	.904(**)
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
Y.3	Pearson Correlation	.479(**)	.755(**)	1	.705(**)	.755(**)	.868(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
Y.4	Pearson Correlation	.611(**)	.649(**)	.705(**)	1	.663(**)	.840(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
Y.5	Pearson Correlation	.525(**)	.822(**)	.755(**)	.663(**)	1	.893(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93
Total_Y	Pearson Correlation	.749(**)	.904(**)	.868(**)	.840(**)	.893(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93

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

3. Uji Reliabilitas

a. Variabel Manfaat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	5

b. Variabel Kemudahan Penggunaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.970	5

c. Variabel Kredibilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	5

d. Variabel Keputusan Nasabah

Reliability Statistics

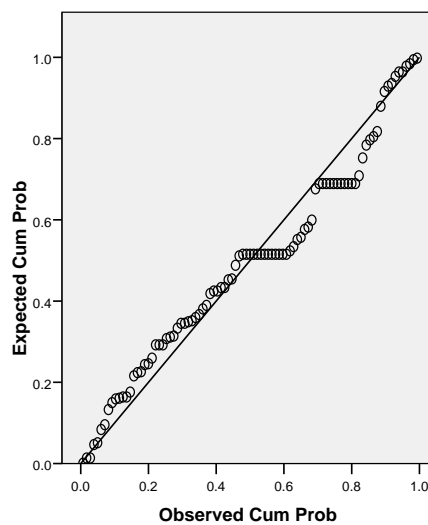
Cronbach's Alpha	N of Items
.904	5

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan_Menggunakan

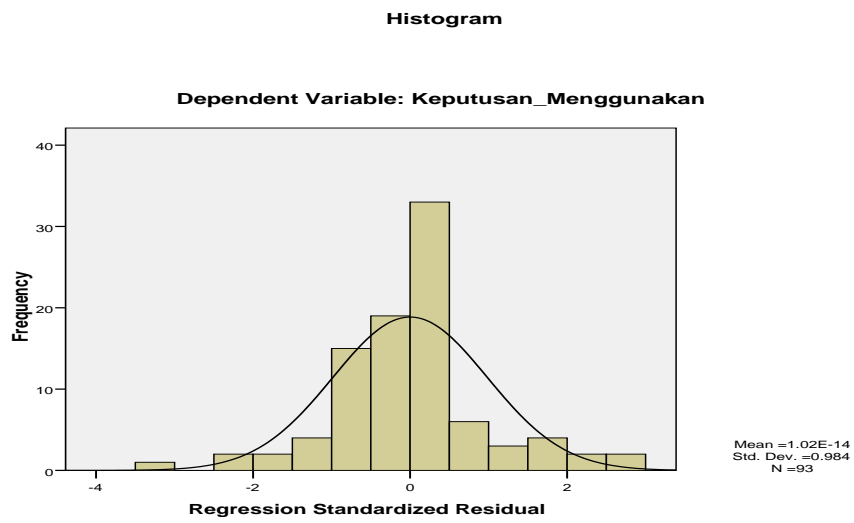


One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		93
Normal Parameters(a,b)	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.23678569
Most Extreme Differences	Absolute	.125
	Positive	.125
	Negative	-.074
Kolmogorov-Smirnov Z		1.206
Asymp. Sig. (2-tailed)		.109

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.



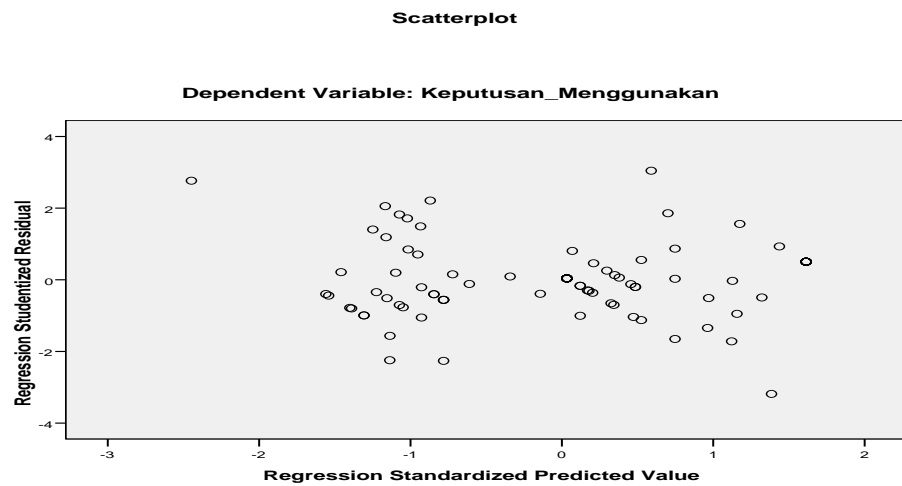
b. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.430	.206		2.083	.040		
	Manfaat	.248	.080	.247	3.112	.003	.267	3.740
	Kemudahan_Penggunaan	.232	.064	.327	3.602	.001	.204	4.891
	Kredibilitas	.411	.089	.400	4.595	.000	.223	4.485

Dependent Variable: Keputusan_Nasabah

c. Uji Heteroskedastisitas



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.310	.143		2.173	.032		
	Manfaat	-.023	.055	-.085	-.419	.677	.267	3.740
	Kemudahan_Penggunaan	-.015	.045	-.077	-.333	.740	.204	4.891
	Kredibilitas	.002	.062	.008	.037	.971	.223	4.485

a Dependent Variable: RES2

5. Uji Analisis Regresi Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.922 ^a	.850	.845	.24074

a Predictors: (Constant), Kredibilitas, Manfaat, Kemudahan_Penggunaan

b Dependent Variable: Keputusan_Nasabah

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29.209	3	9.736	167.992	.000 ^a
	Residual	5.158	89	.058		
	Total	34.367	92			

a Predictors: (Constant), Kredibilitas, Manfaat, Kemudahan_Penggunaan

b Dependent Variable: Keputusan_Nasabah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.430	.206		2.083	.040		
	Manfaat	.248	.080	.247	3.112	.003	.267	3.740
	Kemudahan Penggunaan	.232	.064	.327	3.602	.001	.204	4.891
	Kredibilitas	.411	.089	.400	4.595	.000	.223	4.485

a Dependent Variable: Keputusan_Nasabah

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Nadila T.Oktapiani Sinulingga
2. NIM : 0503172224
3. Tempat/Tgl Lahir : Medan, 18 Oktober 1999
4. Pekerjaan : Mahasiswi
5. Alamat : Jl. Bakti Gg.Dame Desa Baru Pancurbatu

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan SD Negeri 101832 Pancurbatu Tahun 2011
2. Tamatan SMP Negeri 1 Pancurbatu Tahun 2014
3. Tamatan SMA Negeri 1 Pancurbatu Tahun 2017
4. Tamatan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Tahun 2022

III. RIWAYAT ORGANISASI

1. Staff Depko KAMMI Tahun 2018-2021
2. Staff Divisi Litbang KSEI IQEB Tahun 2019-2020