

**ANALISIS FAKTOR KEGUNAAN, KEPERCAYAAN, DAN RESIKO  
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* PADA  
GENERASI MILENEAL (STUDI KASUS PADA MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN SUMATERA UTARA)**

**SKRIPSI**

Oleh :

**RAHMADI AHMAD**

**NIM. 0503172198**



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2021**

**ANALISIS FAKTOR KEGUNAAN, KEPERCAYAAN, DAN RESIKO  
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA  
GENERASI MILENEAL (STUDI KASUS PADA MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN SUMATERA UTARA)**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**RAHMADI AHMAD**

**NIM. 0503172198**

**Program Studi :**

**PERBANKAN SYARIAH**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2022**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmadi Ahmad  
Tempat/Tgl Lahir : Sumber Sari, 01 Mei 1997  
NIM : 0503172198  
Program Studi : (S1) Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Alamat : Jl. Pahlawan 1 Kec. Namorambe

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Faktor Kegunaan, Kepercayaan, Dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara)**” adalah benar karya asli saya atau penelitian saya dan bukan karya orang lain, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 17 Januari 2022

Yang Membuat Pernyataan

**RAHMADI AHMAD**

**NIM. 0503172198**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Skripsi berjudul:

**Analisis Faktor Kegunaan, Kepercayaan, Dan Resiko Terhadap Minat  
Penggunaan Mobile Banking Pada Generasi Mileneal (Studi Kasus Pada  
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara)**

Oleh:

**Rahmadi Ahmad**  
**NIM. 0503172198**

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

Medan, Januari 2022

Pembimbing I

Dr. Nur Ahmadi Bi Rahmani  
NIDN. 2028129001

Pembimbing II

Nursantri Yanti, M.E.I  
NIDN. 2128059002

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Dr. Tuti Anggaraini, M.A  
NIDN. 2031057701

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Analisis Faktor Kegunaan Kepercayaan Dan Resiko Yang Berhubungan Dengan Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sumatera Utara)**” atas Nama Rahmadi Ahmad, NIM 0503172198, Program Studi Perbankan Syariah telah di munaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan pada tanggal 24 Maret 2022. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Medan, 15 Maret 2022  
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Program Studi Perbankan Syariah

Ketua,

Sekretaris,

**Dr. Tuti Anggraini, M.A**  
NIDN. 2031057701

**Muhammad Lathief Ilhamy NST, M.E.I**  
NIDN. 2026048901

Anggota

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Nur Ahmadi Bi Rahmani**  
NIDN. 2028129001

**Nur Santri Yanti, M.E.I**  
NIDN. 2128059002

Penguji I

Penguji II

**Dr. Tuti Anggraini, M.A**  
NIDN. 2031057701

**Wahyu Syarvina, M.A**  
NIDN. 2029019101

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sumatera Utara

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

## ABSTRAK

**Rahmadi Ahmad (0503172198), “ANALISIS FAKTOR KEGUNAAN, KEPERCAYAAN, DAN RESIKO TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA GENERASI MILENEAL (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN SUMATERA UTARA)” dibawah bimbingan Dr. Nur Ahmadi Bi Rahmani sebagai Pembimbing Skripsi I dan Nursantri Yanti. M.E.I sebagai Pembimbing Skripsi II.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kegunaan, Kepercayaan, Dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pendekatan asosiatif, teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner serta populasi dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 83 orang Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Sumatera Utara dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Data dianalisis dengan metode regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kegunaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*, Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*, dan Resiko juga berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*. Serta dari hasil Uji F (Uji Simultan) menunjukkan bahwa Kegunaan, Kepercayaan, dan Resiko berpengaruh secara simultan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*.

**Kata Kunci : Kegunaan ; Kepercayaan ; Resiko ; *Mobile Banking* ; Generasi Millenial**

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat, hidayah dan inayahnya maka skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan pada baginda Rasulullah SAW beserta seluruh keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **“Analisis Faktor Kegunaan, Kepercayaan, Dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Generasi Mileneal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara)”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Selama penyusunan skripsi penulis banyak memperoleh bantuan dan dukungan yang sangat berharga berupa motivasi, bimbingan dan pengarahan serta saran-saran dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih khususnya yang Teristimewa kepada kedua orang tua saya yang sangat saya kagumi dan cintai Ayahanda **Darsono** dan Ibunda **Suyarni** yang tidak pernah lelah memberikan kasih sayang, doa, dan nasihat serta semangat yang tulus hingga saat ini, kemudian Terima kasih kepada Kakak-kakak dan dan Adik saya serta abang saya **Muhammad Aulia** yang telah memberikan doa dan semangat serta dukungan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Serta penulis juga mengucapkan terima kasih 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.
3. Ibu **Dr. Marliyah, M.Ag** selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak **Dr. Fauzi Arif Lubis, MA** selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Bapak **Dr. Mustapa Khamal Rokan, M.H** selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Ibu **Dr. Tuti Anggraini, M.A** selaku ketua jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
7. Bapak **Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, M.E.I** selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
8. Bapak **Dr. Nur Ahmadi Bi Rahmani** selaku dosen Pembimbing I skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan serta saran-saran dari awal penyusunan skripsi sampai dengan selesai.
9. Ibu **Nursantri Yanti, M.E.I** selaku dosen Pembimbing II skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan serta saran-saran dari awal penyusunan skripsi sampai dengan selesai.
10. 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.
11. Terima kasih kepada Kawan-Kawan susah senang saya selama di Kost : **Rahmat Andika Hasibuan, Muhammad Aulia, Diki Ananda, M. Ridho Al Fahmi, Jhoni Fernando, dan Darussalam Hasibuan** yang telah memberikan dukungan motivasi, semangat serta doanya dan yang tak bosan-bosannya menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Terima kasih kepada **Bang Ajo dan Kak Ajo** yang selalu memberikan nasihat-nasihat terbaiknya dan motivasinya kepada penulis serta juga menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.



13. Terima kasih kepada seluruh keluarga besar oraganisasi ku **Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Komisariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan HIMLAB RAYA**
14. Terima kasih kepada keluarga besar **KKN-DR Kelompok 72** yang telah kebersamai selama 1 bulan lamanya menyelesaikan satu dari tiga tri darma perguruan tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat yang peduli akan tertinggalnya ekonomi masyarakat kecil di daerah-daerah pelosok.
15. Terima Kasih Kepada teman-teman saya **Maula Zikri, Hadi Wijoyo, Kevin Alwadea Saragih, Dedek Alanwar Tanjung** serta seluruh Teman-Teman Seperjuangan Perbankan Syariah B (PS-B) Stambuk 2017 yang sudah menemani dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Terima Kasih Kepada **Mardiani Rizki Rambe, S.E, Minarni, S.Pd dan Takwa** serta **adik-adik** saya yang sudah menemani dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
17. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis yang mendukung serta banyak membantu penulis mengumpulkan data dan informasi untuk penyusunan skripsi ini.

Semoga semua bantuan, bimbingan, arahan serta doa yang diberikan kepada penulis dapat dinilai ibadah oleh Allah SWT dan mendapat Ridho-Nya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu segala kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan, akhir kata penulis ucapkan Terima Kasih.

***Wassalamualaikum Wr.Wb***

Medan, 23 Februari 2022

Penulis,

**RAHMADI AHMAD**  
NIM. 0503172198

## DAFTAR ISI

|   |            |
|---|------------|
| <b>PERSETUJUAN .....</b>                                    | <b>i</b>   |
| <b>PERNYATAAN .....</b>                                     | <b>ii</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>  | <b>iii</b> |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                  | <b>iv</b>  |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                     | <b>vii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                   | <b>x</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                   | <b>xi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                               | <b>1</b>   |
| A. Latar Belakang Masalah .....                             | 1          |
| B. Identifikasi Masalah .....                               | 7          |
| C. Batasan Masalah .....                                    | 8          |
| D. Perumusan Masalah.....                                   | 8          |
| E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....                       | 9          |
| <b>BAB II KAJIAN TEORITIS .....</b>                         | <b>11</b>  |
| A. Kajian Teoritis .....                                    | 11         |
| 1. Perbankan Syariah .....                                  | 11         |
| a. Pengertian Perbankan Syariah.....                        | 11         |
| b. Fungsi dan Tujuan Bank Syariah .....                     | 11         |
| c. Prinsip Bank Syariah.....                                | 12         |
| d. Peranan Bank Syariah .....                               | 12         |
| 2. <i>Mobile Banking</i> .....                              | 13         |
| a. Pengertian <i>Mobile Banking</i> .....                   | 13         |
| b. Jenis-Jenis <i>Mobile Banking</i> .....                  | 17         |
| c. Kelebihan dan Kekurangan <i>Mobile Banking</i> .....     | 18         |
| 3. Generasi Millenial dan Karakteristiknya .....            | 20         |
| a. Pengertian Generasi Millenial.....                       | 20         |
| b. Ciri-Ciri Generasi Millenial .....                       | 21         |
| 4. Teori <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....      | 23         |
| a. Pengertian <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)..... | 23         |
| b. Tujuan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....     | 24         |
| c. Kelebihan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) ..... | 24         |

|   |           |
|---|-----------|
| 5. Minat .....                                      | 25        |
| a. Pengertian Minat .....                           | 25        |
| b. Macam-Macam Minat .....                          | 27        |
| 6. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan |           |
| <i>Mobile Banking</i> .....                         | 28        |
| a. Faktor Kegunaan .....                            | 28        |
| b. Faktor Kepercayaan .....                         | 29        |
| c. Faktor Resiko .....                              | 31        |
| B. Kajian Terdahulu .....                           | 31        |
| C. Kerangka Pemikiran .....                         | 36        |
| D. Hipotesis .....                                  | 37        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>              | <b>39</b> |
| A. Pendekatan Penelitian .....                      | 30        |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....                | 39        |
| 1. Lokasi Penelitian .....                          | 39        |
| 2. Waktu Penelitian .....                           | 39        |
| C. Populasi dan Sampel .....                        | 40        |
| 1. Populasi .....                                   | 40        |
| 2. Sampel .....                                     | 40        |
| D. Data Penelitian .....                            | 42        |
| 1. Jenis Data .....                                 | 42        |
| 2. Sumber Data .....                                | 42        |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....                    | 42        |
| F. Definisi Operasional Variabel .....              | 43        |
| G. Teknik Analisis Data .....                       | 46        |
| 1. Uji Analisis Deskriptif .....                    | 46        |
| 2. Uji Kualitas Data .....                          | 47        |
| 3. Uji Asumsi Klasik .....                          | 48        |
| 4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....       | 50        |
| 5. Uji Hipotesis .....                              | 50        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>            | <b>53</b> |
| A. Hasil Penelitian .....                           | 53        |

|  |           |
|--|-----------|
| 1. Gambaran Umum Perusahaan .....                        | 53        |
| a. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU ..... | 53        |
| b. Visi dan Misi .....                                   | 55        |
| 2. Deskripsi Data Penelitian.....                        | 57        |
| 3. Uji Kualitas Data .....                               | 60        |
| 4. Uji Asumsi Klasik.....                                | 63        |
| 5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....            | 69        |
| 6. Uji Hipotesis .....                                   | 70        |
| B. Pembahasan .....                                      | 74        |
| <b>BAB V KESIMPULAN .....</b>                            | <b>78</b> |
| A. Kesimpulan.....                                       | 78        |
| B. Saran-Saran .....                                     | 78        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                               | <b>80</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>                                 |           |

## DAFTAR TABEL

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Tabel 2.1  | Kajian Terdahulu .....   | 32 |
| Tabel 3.1  | Waktu Penelitian.....  | 40 |
| Tabel 3.2  | Definisi Operasional Variabel Penelitian.....  | 44 |
| Tabel 4.1  | Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                             | 57 |
| Tabel 4.2  | Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....                                       | 58 |
| Tabel 4.3  | Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lama<br>Menggunakan <i>Mobile Banking</i> ..... | 59 |
| Tabel 4.4  | Hasil Uji Analisis Deskriptif.....   | 60 |
| Tabel 4.5  | Hasil Uji Validitas .....  | 61 |
| Tabel 4.6  | Hasil Uji Reliabilitas.....  | 62 |
| Tabel 4.7  | Hasil Uji Normalitas dengan <i>Kolmogro Smirnov</i> .....                                  | 64 |
| Tabel 4.8  | Hasil Uji Multikolinearitas .....  | 66 |
| Tabel 4.9  | Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji <i>Glejser</i> .....                              | 68 |
| Tabel 4.10 | Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....  | 69 |
| Tabel 4.11 | Hasil Uji t (Uji Parsial) .....  | 71 |
| Tabel 4.12 | Hasil Uji F (Uji Simultan).....  | 72 |
| Tabel 4.13 | Hasil Uji Koefisien Determinasi.....   | 73 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Ponsel Pintar .....                            | 6  |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....  | 37 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan <i>P-Plot</i> .....                | 63 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan Histogram .....                    | 65 |
| Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan <i>Scatter Plot</i> ..... | 67 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bank adalah sebuah badan usaha yang bertujuan untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Penggunaan teknologi di dalam dunia perbankan saat ini juga sudah menjadi suatu keharusan. Kebutuhan akan informasi yang cepat menuntut perbankan untuk menciptakan sebuah yang dapat meningkatkan kinerja perbankan dari bank tersebut.

Bank syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang memiliki salah satu fungsi yaitu menghimpun dana masyarakat. Tujuan fundamental dari bisnis perbankan adalah memperoleh keuntungan optimal dengan jalan memberikan layanan jasa keuangan kepada masyarakat. Konsep dari perbankan syariah itu sendiri adalah bank yang berasaskan pada asas kemitraan, keadilan, transparansi dan universal. Implementasinya adalah merupakan kerjasama antara pemilik modal dengan pengusaha untuk melakukan aktivitas usaha dengan harapan dapat mencapai suatu profit (keuntungan) yang diinginkan.<sup>1</sup> Setiap Muslim diperbolehkan untuk mencari keuntungan sebab keuntungan adalah pendapatan yang berguna untuk kelangsungan hidup. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Surat Al-Baqarah ayat 198:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ إِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ  
الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَاكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِّن قَبْلِهِ لَمِنَ الضَّالِّينَ

Artinya : “Bukanlah suatu dosa bagimu mencari karunia dari Tuhanmu (pada musim haji). Apabila kamu bertolak dari Arafah, berzikirlah kepada Allah di Masyarilharam. Berzikirlah kepada-Nya karena Dia telah memberi petunjuk

---

<sup>1</sup> Destari Nurlaila Damanik, “Pengaruh Non Performing Financing (NPF), Financing To Deposit Ratio (FDR) Dan Operational Efficiency Ratio (OER) Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah,” 2019.

kepadamu meskipun sebelumnya kamu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.”<sup>2</sup>

Pengondisian teknologi informasi pada industri perbankan dilakukan untuk meningkatkan pelayan kepada nasabah. Akhir-akhir ini banyak sekali perubahan pada teknologi informasi, demikian juga dibidang telekomunikasi kebanyakan disebabkan adanya desakan dan dahsyatnya kompetisi didunia perbankan. Perkembangan ini semakin hari semakin pesat. Perkembangan teknologi informasi yang pesat mengarahkan manusia pada era kemajuan dalam berkomunikasi.<sup>3</sup> Jumlah pengguna internet di Indonesia tentu tidak dapat dipungkiri, yang juga mendorong komunitas bisnis menjadi lebih maju dan canggih. Internet telah menjadi media bagi transaksi jual beli.

Teknologi informasi juga mendorong dunia perbankan untuk berpartisipasi dalam penggunaan Internet. Hal ini menjadi peluang bagi dunia perbankan untuk maju dengan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada nasabahnya yang tidak hanya menawarkan kecepatan dalam bertransaksi, tetapi juga kemudahan dan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi finansial dan non finansial secara online tanpa harus mengantri. di bank atau di ATM. Kemudahan serta kenyamanan ini ditawarkan oleh perbankan melalui layanan *Mobile Banking*. Peningkatan pelayan yang berbasis teknologi informasi pada perbankan antara lain *sms banking, internet banking, mobile banking* dan lainnya. Saat ini *mobile banking* menjadi prioritas dalam pengembangan. Proses transaksi *non-cash* bisa di lakukan dimana saja dan kapanpun dengan menggunakan *smartphone* dengan dihubungkan pada jaringan internet nasabah dapat melakukan transaksi perbankan dengan cepat. Terobosan aplikasi *mobile banking* ini di harap dapat meningkatkan pelayanan terhadap nasabah.

*Mobile Banking* merupakan suatu aplikasi yang mendukung nasabah dalam mewujudkan keinginannya untuk dapat melakukan kegiatan transaksi perbankan

---

<sup>2</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Terjemah Tafsir Bil Hadis* (Bandung: Cordoba, 2019).

<sup>3</sup> Harianto Respati, “Pengendalian Teknologi Informasi Bank Pada Era Cyberbanking,” *Jurnal Ekonomi MODERNISASI Fakultas Ekonomi – Universitas Kanjuruhan Malang* 4 (2008): 240–248



melalui *smartphone*.<sup>4</sup> Masuknya *mobile banking* dalam dunia perbankan ini memberikan dampak positif bagi konsumen (nasabah) dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan. Konsumen (nasabah) tidak lagi harus melakukan transaksi perbankan dengan cara datang ke bank. Salah satu golongan nasabah yang harus diperhatikan oleh pihak bank dalam penggunaan *mobile banking* adalah Generasi milenial. Generasi milenial merupakan kalangan anak muda yang menjadi pengguna aktif perangkat *mobile banking*, begitu juga dengan generasi milenial di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara. Generasi milenial sebagai seorang nasabah memiliki berbagai faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking*.

Setiap bank memiliki akses yang sama ke teknologi yang ada, tetapi siapa pun yang melakukannya dengan benar adalah yang berhasil memadukannya menjadi konfigurasi yang efektif dan efisien yang diterapkan dengan cermat, mendukung produk dan layanan praktis, baik dan berfungsi dengan baik. Selain penggunaan informasi, media internet juga berfungsi sebagai sarana bagi bank untuk melakukan transaksi keuangan. Di Indonesia internet sudah dikenal terutama di dunia perbankan atau lebih dikenal dengan *e-banking* yaitu bank teknologi, dengan menggunakan internet untuk melakukan transaksi antara nasabah dengan bank.<sup>5</sup>

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking*. Salah satu faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking* adalah faktor kegunaan. kegunaan yang dirasakan sebagai probabilitas subjektif pengguna prospektif yang menggunakan sistem aplikasi spesifik akan meningkatkan pekerjaan atau kinerja hidupnya. *Perceive ease of use* (EOU) dapat didefinisikan sebagai tingkat dimana calon pengguna mengharapkan sistem target bebas dari usaha. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan perilaku yang pada umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap

---

<sup>4</sup> Aijaz A Shaikh, Richard Glavee-Geo, dan Heikki Karjaluo, "How relevant are risk perceptions, effort, and performance expectancy in mobile banking adoption?," in *Research Anthology on Securing Mobile Technologies and Applications* (IGI Global, 2021), 692–716.

<sup>5</sup> Hanif Astika Kurniawati, Alfi Arif, dan Wahyu Agus Winarno, "Analisis minat penggunaan *mobile banking* dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang telah dimodifikasi," *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 4, no. 1 (2017): 24–29.

penggunaan system teknologi informasi. Menurut TAM, kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan merupakan faktor penentu penggunaan sistem yang paling penting. Karena TAM ini merupakan salah satu pendekatan yang digunakan untuk melihat kemudahan suatu teknologi.<sup>6</sup> Sedangkan menurut Jogiyanto, dalam merupakan suatu model penerimaan system informasi yang akan digunakan oleh pemakai. Dan berbagai pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa Teknologi Acceptance Model (TAM) adalah suatu model yang dibangun untuk menganalisis, memahami dan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi seorang pemakai menerima dan menggunakan sistem teknologi informasi.<sup>7</sup>

Kegunaan (*usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya, yang dirasakan sebagai probabilitas subjektif pengguna prospektif yang menggunakan sistem aplikasi spesifik akan meningkatkan pekerjaan atau kinerja hidupnya. Kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang dalam mempelajari komputer. Demikian pengguna mempercayai bahwa hal tersebut lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah mengoperasikannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan (*ease of use*).

Kepercayaan adalah harapan bahwa orang lain memutuskan untuk dipercaya tidak akan berperilaku optimis dengan mengambil keputusan sebuah situasi Kepercayaan nasabah didefinisikan disini sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya.<sup>8</sup>

Faktor lain yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking* yaitu Resiko. Resiko didefinisikan sebagai persepsi nasabah atas ketidakpastian dan konsekuensi yang akan dihadapi setelah melakukan aktivitas tertentu. Risiko berhubungan dengan sistem keamanan pada layanan *mobile banking*. Saat

---

<sup>6</sup> Ardi Hamzah, "Evaluasi kesesuaian model keperilakuan dalam penggunaan Teknologi sistem informasi di indonesia," in *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*, 2009. h. 76

<sup>7</sup> Hartono M Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007). h. 68

<sup>8</sup> Syamsul Hadi dan Novi Novi, "Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking," *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan* 5, no. 1 (2015): 55–65.

keamanan dalam sistem tersebut lemah, maka hal ini dapat membuat nasabah cemas dan ragu untuk memberikan nomor rekening mereka dan informasi penting lainnya melalui sistem layanan mobile banking. Nasabah khawatir jika kerahasiaan nomor PIN diketahui oleh orang lain tanpa sepengetahuan mereka, sehingga menyebabkan rendahnya keinginan nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* tersebut.

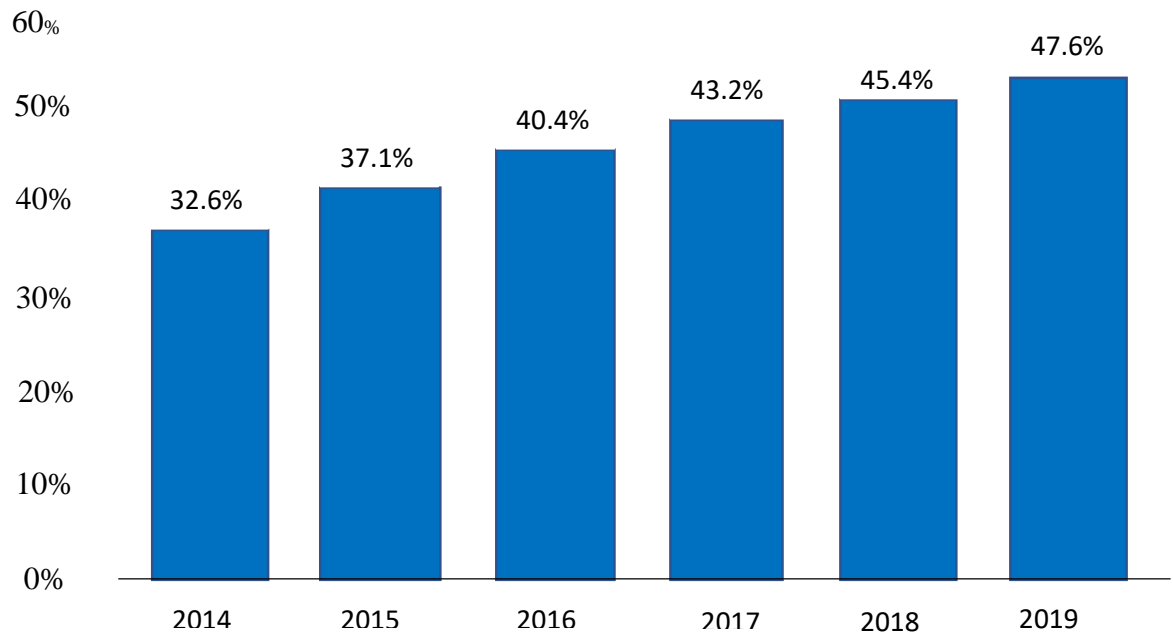
Di dalam penelitian ini, penulis memilih mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara sebagai sasaran objek untuk mengetahui pengaruh minat penggunaan *mobile banking*. Dikarenakan mereka termasuk golongan generasi milenial. Mahasiswa merupakan kalangan anak muda yang menjadi pengguna aktif perangkat *mobile banking*, begitu juga dengan mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara. Salah satu golongan nasabah yang juga harus diperhatikan oleh pihak bank dalam penggunaan *mobile banking* adalah mahasiswa. Mahasiswa merupakan kalangan anak muda yang menjadi pengguna aktif perangkat mobile banking. Mahasiswa sebagai seorang nasabah memiliki berbagai faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking*. Pada dasarnya nasabah akan berminat menggunakan *mobile banking* ketika kegunaan dan kemudahan dalam menggunakan layanan tersebut sesuai dengan nasabah, begitu juga dengan faktor resiko dan kepercayaan yang diberikan oleh pihak bank. Namun sebaliknya, ketika nasabah menganggap faktor tersebut tidak sesuai maka nasabah kurang berminat menggunakan *mobile banking*. Selain itu tidak sedikit nasabah yang belum mau menggunakan layanan *mobile banking* karena merasa layanan tersebut tidak sesuai dengan harapan.<sup>9</sup>

Fenomena yang terjadi saat ini yaitu dalam dunia perbankan, pengadopsian internet sebagai media perantara antara perbankan dengan nasabah mereka. Teknologi inilah yang kemudian dikenal dengan *mobile banking*. Bersumber pada Surat Edaran Bank Indonesia No.6/18/DPNP Tahun 2004, *mobile banking* merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang mengizinkan nasabah untuk mendapatkan informasi, melaksanakan komunikasi serta melaksanakan transaksi

---

<sup>9</sup> A Fakhrurrazi, "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta," *Jurnal Universitas Muhammadiyah* (2018).

perbankan lewat jaringan internet, serta bukan merupakan bank yang cuma menyelenggarakan layanan. Berikut ini adalah grafik mengenai jumlah masyarakat Indonesia yang memiliki ponsel pintar untuk melakukan transaksi melalui *mobile banking* tiap tahunnya meningkat dan diprediksi akan terus meningkat.



Sumber : Badan Pusat Statistik

**Gambar 1.1**

### **Jumlah Pengguna Ponsel Pintar**

Di samping itu, jumlah masyarakat Indonesia yang terhubung ke internet juga terus bertumbuh. Dari data di atas menunjukkan bahwa sudah banyak masyarakat Indonesia yang telah menggunakan ponsel pintar khususnya pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara dan sudah banyak mahasiswa yang telah menggunakan *mobile banking*. masalah dari informasi yang di dapat pada penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara adalah sering terjadinya gangguan sistem layanan, dimana saat melakukan transaksi sering gagal tetapi saldo terpotong (terdebit). Hal tersebut membuat nasabah/mahasiswa bimbang atau bahkan tidak lagi menggunakan *mobile banking* karena akan merepotkan ketika akan mengurus hal tersebut.

Hal semacam ini berdampak kepada nasabah/mahasiswa yang baru menggunakan layanan *mobile banking*, nasabah/mahasiswa lebih memilih melakukan transaksi melalui ATM atau datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi. Karena nasabah/mahasiswa akan aman ketika melakukan transaksi secara tunai ke bank, nasabah juga tidak perlu khawatir uangnya akan terdebit ketika melakukan transaksi karena nasabah melakukan transaksi langsung ke meja *teller*.<sup>10</sup>

Namun hal tersebut tidak membuat nasabah/mahasiswa yang lain yang membutuhkan *mobile banking* untuk tidak menggunakan aplikasi yang sudah disediakan bank. Mereka tetap menggunakan *mobile banking* karena transaksi yang mereka lakukan membutuhkan waktu yang cepat untuk keperluan bisnis dan lain sebagainya.

Beberapa penelitian terdahulu memiliki hasil yang tidak konsisten tentang minat penggunaan *mobile banking* ini. Penelitian yang dilakukan oleh Ida Ayu dan Ni Ketut Seminari<sup>11</sup> dengan judul penelitian Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar menunjukkan bahwa hasil penelitian ditemukan bahwa variabel persepsi resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat menggunakan *mobile banking*, akan tetapi pada penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Gede Kt. Warmika<sup>12</sup> menunjukkan bahwa Persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *Mobile Banking/Commerce* di Kota Denpasar.

Ketidakkonsistenan penelitian-penelitian terdahulu di atas memunculkan adanya *research gap*, hal ini yang memotivasi peneliti untuk lebih jauh memahami secara mendalam mengenai faktor kegunaan kepercayaan dan resiko yang berhubungan dengan minat penggunaan *mobile banking* pada generasi milenial. Dengan melihat fenomena dan *research gap* yang telah dipaparkan sebelumnya,

---

<sup>10</sup> Vidairotul Hamdiah, *Wawancara Kepada Mahasiswa Yang Menggunakan Mobile Banking* (UIN Sumatera Utara).

<sup>11</sup> Ida Ayu Agung Upadianti Jayantari dan Ni Ketut Seminari, "Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar" (Udayana University, 2018).

<sup>12</sup> Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Gde Ketut Warmika, "Peran persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi resiko terhadap niat menggunakan *mobile commerce* di kota Denpasar" (Udayana University, 2016).

maka menjadi latar belakang diajukannya riset ini. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian ”**Analisis Faktor Kegunaan Kepercayaan Dan Resiko Yang Berhubungan Dengan Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sumatera Utara)**”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian ini, maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah

1. Sering terjadinya gangguan pada sistem layanan *mobile banking*, dimana saat melakukan transaksi sering gagal tetapi saldo terpotong (terdebet). Hal tersebut membuat nasabah/mahasiswa bimbang atau bahkan tidak lagi menggunakan *mobile banking* karena akan merepotkan ketika akan mengurus hal tersebut. Hal semacam ini berdampak kepada nasabah/mahasiswa yang baru menggunakan layanan *mobile banking*.
2. Nasabah/mahasiswa lebih memilih melakukan transaksi melalui ATM atau datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi. Karena nasabah/mahasiswa akan aman ketika melakukan transaksi secara tunai ke bank, nasabah juga tidak perlu khawatir uangnya akan terdebet ketika melakukan transaksi karena nasabah melakukan transaksi langsung ke meja *teller*.

## **C. Batasan Masalah**

Penelitian ini lebih difokuskan mengenai faktor kegunaan kepercayaan dan resiko yang berhubungan dengan minat penggunaan *mobile banking* pada generasi mileneal (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara).

## **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian singkat mengenai latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Kegunaan Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara)?
2. Apakah Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara)?
3. Apakah Resiko Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara)?
4. Apakah Kegunaan, Kepercayaan, dan Resiko Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara)?

#### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh Faktor Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara).
- b. Untuk mengetahui pengaruh Faktor Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara).
- c. Untuk mengetahui pengaruh Faktor Resiko Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara).
- d. Untuk mengetahui Faktor Kegunaan, Kepercayaan, dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara).

## 2. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat berguna dan memiliki manfaat antara lain sebagai berikut:

### a. Bagi Penulis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah dan mengembangkan pengetahuan dan wawasan mengenai hal-hal yang mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking* serta dapat mengaplikasikan ilmu yang telah didapat dalam menyusun penelitian untuk mencapai hasil yang diharapkan.

### b. Bagi Pembaca

Diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna untuk menambah sumber pustaka di bidang ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan representatif khususnya yang berhubungan dengan penggunaan *mobile banking* bagi peneliti selanjutnya.



## BAB II

### KAJIAN TEORITIS

#### A. Kajian Teoritis

##### 1. Perbankan Syariah

###### a. Pengertian Perbankan Syariah

Kata Syariah berasal dari bahasa arab, dari akar kata *syara* "a, yang berarti jalan, cara, dan aturan. Syariah digunakan dalam arti luas dan sempit. Dalam arti luas, syariah dimaksudkan sebagai seluruh ajaran dan norma-norma yang dibawa oleh nabi Muhammad saw., yang mengatur kehidupan manusia baik dalam aspek kepercayaannya maupun dalam aspek tingkah laku praktisnya.<sup>1</sup> Singkatnya, syariah adalah ajaran-ajaran agama Islam itu sendiri, yang dibedakan menjadi dua aspek, yaitu ajaran tentang kepercayaan (akidah) dan ajaran tentang tingkah laku (amaliah). Jadi "Bank Syariah" adalah bank yang melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah. Sebagaimana telah ditegaskan dalam penjelasan umum UU Perbankan Syariah bahwa kegiatan usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah meliputi kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur riba, maisir, gharar, haram, dan zalim.<sup>2</sup> Sedangkan Perbankan Syariah adalah Segala Sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>3</sup>

###### b. Fungsi dan Tujuan Bank Syariah

Fungsi lembaga perbankan indonesia ditegaskan dalam pasal 3 UU Perbankan yang berbunyi "Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat.

---

<sup>1</sup> Hendra Harmain et al., "Akuntansi Syariah Di Indonesia" (2019).h.7

<sup>2</sup> A Wangsawidjaja Z, Pembiayaan Bank Syariah, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 15-16.

<sup>3</sup> Ibid. h. 2

### c. Prinsip Bank Syariah

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam penjelasan umum UU No 21 tahun 2008 Perbankan syariah bahwa kegiatan usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah meliputi kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur riba, maisir, gharar, haram, dan zalim. Pengertian tersebut sebagaimana penjelasan pasal 2 undang-undang tersebut, yaitu:<sup>4</sup>

- 1) *Riba*, yaitu penambahan pendapatan secara tidak sah (*batil*) antara lain dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan (*fadhli*), atau dalam transaksi pinjam-meminjam yang mempersyaratkan nasabah penerima fasilitas mengembalikan dana yang diterima melebihi pokok pinjaman karena berjalannya waktu (*nasi'ah*).
- 2) *Maisir*, yaitu transaksi yang digantungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti yang bersifat untung-untungan.
- 3) *Gharar*, yaitu transaksi yang obyeknya tidak jelas, tidak dimiliki, saat transaksi dilakukan kecuali diatur lain dalam syariah.<sup>5</sup>
- 4) *Haram*, yaitu transaksi yang obyeknya dilarang dalam syariah.
- 5) *Zalim*, yaitu transaksi yang menimbulkan ketidakadilan bagi pihak lainnya.

### d. Peranan Bank Syariah

- 1) Sebagai lembaga penyimpanan dana (tempat menabung)

Bank Islam menerapkan sistem bagi hasil (*mudharabah*) kepada nasabah yang menabungkan uangnya di bank. Artinya nasabah tidak akan pernah dapat menghitung dengan pasti berapa jumlah uangnya yang akan bertambah setiap bulannya bila mereka telah menabung dalam jumlah tertentu. Namun, nasabah dapat mengetahui porsi atau bagian yang menjadi haknya dan berapa porsi atau bagian yang menjadi hak pihak bank.

---

<sup>4</sup> R I Undang-Undang, "No. 21 Tahun. 2008 Perbankan Syariah" (Jakarta, n.d.).

<sup>5</sup> Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta : Prenada Media, 2017). h.

## 2) Sebagai Lembaga Pembiayaan (Investasi)

Pembiayaan di bank Islam yang diberikan kepada masyarakat untuk keperluan modal usaha, biayanya ditujukan untuk usaha-usaha yang produktif, jelas dan transparan, serta bersifat halal, baik dari segi pengelolaan hingga kepada hasil usaha yang akan diberikan kemanfaatannya untuk masyarakat.<sup>6</sup>

## 3) Sebagai Lembaga Pemberi Jasa

Bank Islam sebagai lembaga keuangan tidak hanya fungsinya sebagai tempat menyimpan atau melakukan memperoleh pembiayaan saja, bank islam juga melayani beberapa keperluan nasabah yang berkaitan dengan kebutuhan nasabah akan jasa perbankan islam.

## 2. *Mobile Banking*

### a. *Pengertian Mobile Banking*

*Mobile Banking* adalah sebuah layanan yang disediakan oleh bank melalui smartphone dengan berbagai fitur yang disediakan guna melakukan berbagai transaksi perbankan. *Mobile banking* hampir serupa dengan *sms banking*. Dengan adanya *handphone* dan layanan *mobile banking* transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan *handphone* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya.<sup>7</sup>

*Mobile banking* memiliki banyak keuntungan yang didapatkan. Dari e-banking dengan aplikasi *mobile banking* nasabah dapat melakukan transaksi perbankan tanpa tahu mengenal tempat dan waktu. *Mobile banking* lebih mudah mendapatkan konektivitas karena menggunakan layanan internet melalui kartu SIM (operator seluler). Selain nasabah, bank

---

<sup>6</sup> Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Medan : Febi Press,2018), h. 12

<sup>7</sup> F K Sari, N Safitri, dan W Anggraini, "Trust on Sharia M-Banking: Evidence on Milenials Generations," *Journal of Islamic Economic Scholar* (2019).

dan operator seluler mendapatkan dampak positif dari mobile banking. Bank mendapatkan lebih banyak nasabah dan mendapatkan kepercayaan dari nasabah. Sedangkan operator seluler mendapatkan konsumen yang aktif yang menggunakan *mobile banking* karena *mobile banking* memakan pulsa dari nasabah, sehingga nasabah terus melakukan pembelian pulsa atau kuota internet.<sup>8</sup>

Dalam *mobile banking*, adanya pemisahan secara fisik antara bank dengan konsumennya dan tidak adanya interaksi secara fisik antara konsumen dengan karyawan bank dalam internet banking menyebabkan situasi yang unik, sehingga kepercayaan dari konsumen adalah yang terpenting bagi bank. Dalam al-Qur'an dijelaskan mengenai tatacara transaksi yang dilakukan tidak tunai yaitu keterangan dalam surat al-Baqarah ayat 282 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْب الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلٍ ذَلِكُمْ أَفْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمٌ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاصِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya : “ Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya. Hendaklah seorang pencatat di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah pencatat menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya. Hendaklah dia mencatat(-nya) dan orang

<sup>8</sup> V Wiratna Sujarweni, “Analisis Laporan Keuangan; Teori, Aplikasi, Dan Hasil Penelitian, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2017). h. 73

yang berutang itu mendiktekan(-nya). Hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia menguranginya sedikit pun. Jika yang berutang itu orang yang kurang akal nya, lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Mintalah kesaksian dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada) sehingga jika salah seorang (saksi perempuan) lupa, yang lain mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Janganlah kamu bosan mencatatnya sampai batas waktunya, baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu pada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perniagaan tunai yang kamu jalankan di antara kamu. Maka, tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak mencatatnya. Ambillah saksi apabila kamu berjual beli dan janganlah pencatat mempersulit (atau dipersulit), begitu juga saksi. Jika kamu melakukan (yang demikian), sesungguhnya hal itu suatu kefasikan padamu. Bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.”<sup>9</sup>

Dan Dengan penggunaan teknologi informasi atau *mobile banking* diharapkan dapat membantu pelaksanaan kegiatan transfer uang dll. Persaingan industri perbankan, khususnya sektor pelayanan bank saat ini semakin ketat. Hal tersebut terjadi seiring dengan tuntutan pada tersedianya kemudahan dan kesederhanaan prosedur yang semakin lama semakin meningkat. Namun dalam penggunaan sebuah teknologi, kesuksesan suatu

---

<sup>9</sup> Indonesia, *Al-Qur'an Terjemah Tafsir Bil Hadis*.

sistem informasi tidak hanya ditentukan oleh bagaimana sistem tersebut dapat menghasilkan informasi dengan baik, tetapi juga ditentukan oleh para pengguna sistem. Walaupun secara teknis sistem tersebut sempurna, tetapi belum dapat dikatakan berhasil jika pemakai sistem tidak menggunakannya. Berdasarkan permasalahan di atas, di dalam Al-Qur'an telah di tegaskan mengenai dalil-dalil tentang suatu kemudahan, hal tersebut diterangkan di dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 185 :

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ<sup>ط</sup>

Artinya : “Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran.”

Layanan yang terdapat pada *mobile banking* meliputi pembayaran, transfer, history, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan mobile banking pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu.<sup>10</sup> Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas mobile banking baik berupa SIM tolkit maupun SMS plain (SMS Manual) atau dikenal dengan istilah *SMS Banking*.<sup>11</sup>

#### **b. Jenis-Jenis *Mobile Banking***

Layanan *mobile banking* bank syariah adalah layanan berbasis pengembangan dari dua bentuk inovasi bank syariah sebelumnya yaitu sms banking dan *internet banking*. Terdapat kesamaan fungsional antara internet banking dan mobile banking. Kedua bentuk teknologi informasi perbankan ini sama-sama berbasis internet.<sup>12</sup> Jenis-jenis layanan perbankan syariah yang terdapat pada mobile banking relatif sama dengan internet banking seperti transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening,

---

<sup>10</sup> Kurniawati, Arif, dan Winarno, “Analisis minat penggunaan mobile banking dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang telah dimodifikasi.”

<sup>11</sup> Rian Maulana, Iskandar Iskandar, dan Masrura Mailany, “Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model,” *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi* 2, no. 2 (2019): 146–155.

<sup>12</sup> Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Ke Praktik* (Yogyakarta : Deepublish, 2018). h. 79

pembayaran, pembelian dan layanan lainnya. Produk-produk layanan jasa yang terdapat di dalam Mobile Banking yaitu:

1) *SMS (Short Message Service) Banking*

Layanan sms banking bank syariah mulai dikenal sekitar awal tahun 2000 yang bekerja sama dengan operator seluler pada saat itu seperti Telkomsel dan Indosat. Layanan sms *banking* bank syariah saat itu masih sangat terbatas seperti informasi saldo dan pemberitahuan bila ada dana yang ditarik atau masuk dari rekening bank syariah. Saat ini layanan sms banking masih terus digunakan dengan jenis layanan transaksi keuangan yang semakin beragam seperti pantau saldo rekening, transfer sesama dan antar bank, informasi tagihan, dan layanan perbankan syariah lainnya.

2) *Internet Banking*

*Internet Banking* adalah suatu layanan perbankan syariah dengan menggunakan teknologi informasi berbasis *internet*. Layanan *internet banking* dapat digunakan dengan perangkat komputer seperti, personal computer, laptop, notebook, dan *smart phone*. *Internet Banking* sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi, efektifitas dan produktifitas bagi masyarakat khususnya diperkotaan yang memiliki aktifitas yang padat. Penyediaan layanan perbankan syariah berbasis internet memberikan kemudahan bagi nasabah untuk bertransaksi keuangan tanpa harus mendatangi kantor bank syariah.

**c. Kelebihan dan Kekurangan *Mobile Banking***

Dengan menggunakan *internet mobile banking*, segala macam transaksi teratasi secara cepat dan mudah. Bahkan ketika tengah sibuk, atau menghabiskan waktu dengan libur, dan sebagainya, tetapi hal tersebut tidak mengurangi optimasi *internet marketing* yang dijalani. Berikut beberapa kelebihan menggunakan *mobile banking*:

1) Bisa diakses dimanapun, bahkan pada daerah yang terpencil.

- 2) Menghemat waktu karena bisa melakukan berbagai macam pembayaran tagihan kapan pun.
- 3) Tampilan *mobile banking* sangat simpel dan penggunaannya begitu mudah.
- 4) Bisa cek saldo, cek mutasi rekening tabungan, cek suku bunga, dan masih banyak lainnya.
- 5) Mengurangi risiko penipuan karena setiap transaksi yang dilakukan mendapat konfirmasi.<sup>13</sup>

Kelemahan dari *M-Banking* adalah ketergantungan terhadap ketersediaan jaringan seluler operator yang bersangkutan. Jika terjadi blankspot atau ketersediaan jaringan, maka layanan *M-Banking* tidak bisa dilakukan. Hal tersebut sebenarnya bukanlah tanggung jawab bank melainkan tanggung jawab penyedia operator seluler dan *internet provider* yang digunakan oleh nasabah untuk mengakses layanan *M-Banking*. Namun demikian hal tersebut dapat mengganggu transaksi nasabah terutama jika nasabah dalam kondisi *urgent*.<sup>14</sup>

Selain itu sistem keamanan yang masih menjadi kekhawatiran nasabah. Keamanan transaksi elektronik membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadinya terjamin saat bertransaksi melalui *mobile banking*. Keamanan data merupakan hal yang penting diperhatikan dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Dalam transaksi online, risiko hilangnya kerahasiaan merupakan faktor signifikan yang mempengaruhi kepercayaan dan penggunaan.

Banyak survei yang menemukan adanya kekhawatiran yang tinggi dari nasabah tentang kerahasiaan data pribadi mereka saat bertransaksi secara online. Kekhawatiran utama bagi pengguna *mobile banking* adalah kurangnya pengendalian terhadap kerahasiaan informasi yang mengakibatkan penyalahgunaan data pribadi. Selain itu masih banyak

---

<sup>13</sup> Eva Riyanty Lubis, *Panduan Cepat dan Mudah Belajar Internet Marketing* (Bhuana Ilmu Populer, 2018). h. 102

<sup>14</sup> Dedy Mainata, "Analytical Tools dan SWOT Analysis Penggunaan M-Banking Perbankan Syariah di Indonesia," *Al-Tijary* 3, no. 2 (2018): 145–164.



ditemukan dalam playstore aplikasi abal-abal yang merupakan tiruan dari aplikasi *m-banking* misalnya pada bank BSI *mobile banking*.

Beberapa kelemahan lainnya antara lain sering log out sendiri, sering di blokir, keamanan, respon buruk, dana dipotong tapi transaksi tidak diterima, selalu minta ganti *password*, *processing*, *error* permintaan tidak dapat diproses, informasi *invalid pin block*, cek saldo kena biaya, kurang *user friendly*, bukti transaksi kadang dikirim ke email kadang tidak, selalu time out, aplikasi sering *error*, permintaan sering tidak dapat diproses, tidak bisa dipakai di *android Oreo*, kadang cek saldo *error*, tombol menu tidak bisa dipencet, kadang muncul *error ISO*, notifikasi sering salah uang terpotong tapi disana ditulis gagal, selalu uncul *pop up information* tidak ada isi, sering *crash* setelah dimasukan pin, pada *iphone* servernya tidak bisa terhubung ke *m-banking*, menu transfer ke rekening bank lain tidak berfungsi, ganti sim card tidak bisa login, loading terus, masih ada beberapa bagian yang perlu di upgrade.<sup>15</sup>

### 3. Generasi Milenial dan Karakteristiknya

#### a. Pengertian Generasi Milenial

Pengelompokan generasi dalam dunia kerja akan muncul mengikuti perkembangan manajemen sumber daya manusia. Penelitian tentang perbedaan generasi ini pertama kali dilakukan oleh Mannheim (1952). Menurut Mannheim generasi adalah suatu konstruksi sosial yang didalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama. Individu yang menjadi bagian dari satu generasi, adalah mereka yang memiliki kesamaan tahun lahir dalam rentang waktu 20 tahun dan berada dalam dimensi sosial dan dimensi sejarah yang sama. Definisi tersebut secara spesifikasi juga dikembangkan oleh Ryder (1965) yang mengatakan bahwa generasi adalah agregat dari sekelompok individu yang mengalami peristiwa-peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama pula.

---

<sup>15</sup> Ibid.

Teori tentang perbedaan generasi dipopulerkan oleh Neil Howe dan William Strauss pada tahun 1991. Howe dan Strauss membagi generasi berdasarkan kesamaan rentang waktu kelahiran dan kesamaan kejadian-kejadian historis. Penelitian-penelitian lain juga melakukan pembagian generasi dengan label yang berbeda-beda, namun secara umum memiliki makna yang sama. Selanjutnya menurut peneliti Kupperschmidt (2000) generasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompok berdasarkan kesamaan tahun kelahiran, umur, lokasi, dan kejadian-kejadian dalam kehidupan kelompok individu tersebut yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka.<sup>16</sup>

Untuk mengetahui siapakah generasi milenial diperlukan kajian *literature* dari berbagai sumber yang merupakan pendapat beberapa peneliti berdasarkan rentang tahun kelahiran. Istilah milenial pertama kali dicetuskan oleh William Strauss dan Neil dalam bukunya yang berjudul *Millenials Rising: The Next Great Generation* (2000). Mereka menciptakan istilah ini tahun 1987, yaitu pada saat anak-anak yang lahir pada tahun 1982 masuk pra-sekolah. Saat itu media mulai menyebut sebagai kelompok yang terhubung ke millennium baru di saat lulus SMA di tahun 2000. Pendapat lain menurut Elwood Carlson dalam bukunya yang berjudul *The Lucky Few: Between the Greatest Generation and the Baby Boom* (2008), generasi milenials adalah mereka yang lahir dalam rentang tahun 1983 sampai dengan 2001. Jika didasarkan pada *Generation Theory* yang dicetuskan oleh Karl Mannheim pada tahun 1923, generasi milenials adalah generasi yang lahir pada rasio tahun 1980 sampai dengan 2000. Generasi milenial juga disebut sebagai generasi Y. istilah ini mulai dikenal dan dipakai pada editorial Koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993.<sup>17</sup>

## **b. Ciri-Ciri Generasi Milenial**

---

<sup>16</sup> Patricia Agrippina, "Proposal Studi Kelayakan Bisnis Indomiestant (Indonesia Millennial Assistant) di Jakarta Pusat" (Universitas Pelita Harapan, 2021).

<sup>17</sup> Ibid.

Pada saat bonus demografi terjadi, generasi milenial yang merupakan penduduk terbesar usia produktif memegang peranan penting.<sup>18</sup>

Untuk itu dalam memaksimalkan bonus demografi dapat dilakukan melalui potensi para generasi milenial tersebut. Memasuki dunia kerja, para milenials nantinya akan memiliki bermacam-macam profesi, namun secara umum generasi milenial memiliki karakteristik yang berbeda dari beberapa generasi sebelumnya (generasi X, generasi *babby boom*, dan generasi veteran). Untuk memaksimalkan potensi generasi milenial tersebut perlu memahami karakteristik yang dimiliki. Dengan memahami karakteristik milenials akan memiliki urgensi tersendiri pada masa-masa bonus demografi. Terlebih lagi jika melihat kondisi Indonesia yang sudah memasuki MEA (Masyarakat Ekonomi Asean), artinya persaingan tenaga kerja bukan hanya antar warga negara Indonesia saja, melainkan juga dengan warga negara asing, maka mengembangkan kompetensi, meningkatkan produktifitas, dan mengedukasi tenaga kerja lokal menjadi mutlak harus dipenuhi.

Dibandingkan generasi sebelumnya, generasi milenial memiliki krakter unik berdasarkan wilayah dan kondisi sosial-ekonomi. Salah satu cirri utama generasi milenial ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Karena dibesarkan oleh kemajuan teknologi, generasi milenial memiliki ciri-ciri kreatif, informative, mempunyai passion dan produktif. Dibandingkan generasi sebelumnya, mereka lebih berteman baik dengan teknologi. Generasi ini merupakan generasi yang melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan. Bukti nyata yang dapat diamati adalah hampir seluruh individu dalam generasi tersebut memilih menggunakan ponsel pintar. Dengan menggunakan perangkat tersebut para millennials dapat menjadi individu yang lebih produktif dan efisien. Dari perangkat tersebut mereka mampu melakukan apapu dari sekedar ber kirim pesan singkat, mengakses situs pendidikan, bertransaksi bisnis online, hingga memesan jasa

---

<sup>18</sup> Ibid. h. 17

transportasi online. Oleh karena itu, mereka mampu menciptakan berbagai peluang baru seiring dengan perkembangan teknologi yang kian mutakhir. Generasi ini mempunyai karakteristik komunikasi yang terbuka, pengguna media sosial yang fanatik, kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, serta lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi. Sehingga, mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya.

Hasil studi yang dilakukan oleh *Boston consulting Group* (BCG) bersama *University of Berkley* tahun 2011 di Amerika Serikat tentang generasi milenial USA sebagai berikut:<sup>19</sup>

- 1) Minat membaca secara konvensional kini sudah menurun karena Generasi Y lebih memilih membaca lewat *smartphone* mereka.
- 2) Millennial wajib memiliki akun sosial media sebagai alat komunikasi dan pusat informasi.
- 3) Millennial pasti lebih memilih ponsel dari pada televisi. Menonton sebuah acara televisi kini sudah tidak lagi menjadi sebuah hiburan karena apapun bisa mereka temukan di telepon genggam.
- 4) Millennial menjadi keluarga sebagai pusat pertimbangan dan pengambilan keputusan mereka.

Generasi milenial memiliki peluang dan kesempatan berinovasi yang sangat luas. Terciptanya ekosistem digital berhasil menciptakan beraneka ragam bidang usaha tumbuh menjamur di Indonesia. Terbukti dengan semakin menjamurnya perusahaan/usaha online, baik disektor perdagangan maupun transportasi.

Dari sisi pendidikan generasi milenial juga memiliki kualitas yang lebih unggul. Generasi ini juga mempunyai minat untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Mereka menyadari bahwa pendidikan merupakan prioritas yang utama. Dengan kondisi seperti ini, Indonesia patut optimistis terhadap berbagai potensi yang dimiliki oleh

---

<sup>19</sup> Ibid. h. 18

generasi milenial. Pola pikir yang terbuka, kritis, dan berani adalah suatu modal yang berharga. Ditambah penguasaan dalam bidang teknologi tentu akan menumbuhkan peluang dan kesempatan berinovasi.

#### 4. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Salah satu teori penggunaan system teknologi informasi yang dianggap berpengaruh dan sering digunakan dalam penelitian yang menjelaskan tentang penerimaan individual terhadap penggunaan system teknologi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). Teori TAM merupakan adaptasi dari teori besar *Theory Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada tahun 1975.

##### a. Pengertian *Technology Acceptance Model* (TAM)

Menurut Hamzah, *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan perilaku yang pada umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan system teknologi informasi. Sedangkan menurut Jogiyanto merupakan suatu model penerimaan system informasi yang akan digunakan oleh pemakai. Dan berbagai pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah suatu model yang dibangun untuk menganalisis, memahami dan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi seorang pemakai menerima dan menggunakan system teknologi informasi.<sup>20</sup>

##### b. Tujuan *Technology Acceptance Model* (TAM)

*Technology Acceptance Model* (TAM) paling banyak digunakan dalam penelitian, karena TAM bertujuan untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap suatu system informasi. *Technology Acceptance Model* (TAM) mempunyai tujuan untuk memberikan kerangka dasar untuk penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan tujuan penggunaan. TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakai berdasarkan persepsi

---

<sup>20</sup> Suyanto Suyanto dan Taufan Adi Kurniawan, "Faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan penggunaan fintech pada UMKM dengan menggunakan *technology acceptance model* (TAM)," *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 16, no. 1 (2019).

terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi dengan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan TI.<sup>21</sup>

### c. Kelebihan *Technology Acceptance Model* (TAM)

Menurut Jogiyanto teori ini memiliki beberapa kelebihan yaitu: TAM merupakan model perilaku (*behavior*) yang bermanfaat untuk menjawab pertanyaan mengapa banyak system teknologi informasi yang gagal diterapkan karena pemakainnya tidak mempunyai minat untuk menggunakannya. Tidak banyak model-model penerapan system teknologi informasi yang memasukan faktor psikologis atau perilaku (*behavior*) di dalam modelnya dan TAM adalah salah satu yang dipertimbangkan.

## 5. Minat

### a. Pengertian Minat

Minat adalah suatu perhatian yang kuat dan mendalam disertai dengan perasaan senang terhadap suatu kegiatan sehingga mengarahkan seseorang untuk melakukan kegiatan tersebut dengan kemauan sendiri.<sup>22</sup>

Minat merupakan suatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembeli jasa /produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengembalian keputusan atas pembelian yang mencangkup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan

---

<sup>21</sup> Ratna Dzulhaida dan Refi Rifaldi Windya Giri, "Analisis minat masyarakat terhadap penggunaan layanan e-money di indonesia dengan menggunakan model modifikasi unified theory of acceptance and use technology 2 (utaut 2)," *Majalah Ilmiah UNIKOM* 15 (2018).

<sup>22</sup> Carlos Kambuaya, "Pengaruh motivasi, minat, kedisiplinan dan adaptasi diri terhadap prestasi belajar siswa peserta program afirmasi pendidikan menengah asal papua dan papua barat di kota bandung," *SHARE: Social Work Journal* 5, no. 2 (2015).

pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.<sup>23</sup>

Dengan demikian maka dapat dikaitkan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Selain itu minat dapat timbul karena adanya faktor eksternal dan juga adanya faktor internal. Minat yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati dalam hal ini minat mengambil pembiayaan pada sebuah lembaga bank syariah. Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional, sedangkan perasaan yang bersifat halus atau tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat fikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang humoris, agar pengingat fikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya.

Minat ini didorong dengan adanya motivasi seseorang yang tinggi untuk melakukan sesuatu yang diinginkan. Apabila memiliki motivasi yang tinggi maka minat yang ditimbulkan dari dalam diri akan tinggi pula. Motivasi atau dorongan adalah kebutuhan dengan meminatkan kegiatan yang diinginkannya.<sup>24</sup>

Dalam dunia perbankan yang dimaksud dengan konsumen atau pelanggan adalah nasabah. Menurut undang-undang no.10 tahun 1998 tentang perbankan pasal 1, “nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank sedangkan nasabah penyimpanan adalah nasabah yang menempatkan

---

<sup>23</sup> Tri Astuti dan Rr Indah Mustikawati, “Pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah,” *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen* 2, no. 1 (2013): 182–198.

<sup>24</sup> Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Kedelapan*, (Jakarta: Erlangga, 2001). h. 197

dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan”.<sup>25</sup>

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa minat menggunakan mobile banking syariah adalah keinginan yang datang sendiri dari nasabah untuk menggunakan produk/jasa bank syariah. Minat nasabah inilah yang akan menjadi tolak ukur sebuah lembaga keuangan seperti bank syariah banyak yang diminati atau tidak oleh para nasabah tersebut. Sebuah lembaga keuangan syariah tidak akan berkembang dengan baik tanpa adanya sinergi dari minat para nasbaah. Oleh karena itu minat konsumen tersebut sangat berpengaruh dalam perkembangan Lembaga Keuangan Syariah. Strategi yang digunakan untuk menarik minat konsumen yaitu dengan konsep pemasaran yang baik dan secara islami yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

#### **b. Macam-Macam Minat**

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, ini sangat bergantung pada sudut pandang dan cara penggolongan misalnya berdasarkan timbul minat, berdasarkan arahnya minat, dan berdasarkan cara mendapatkan atau mengungkapkan minat itu sendiri.<sup>26</sup> yang dijelaskan dibawah ini:

- 1) Berdasarkan timbulnya ada dua macam minat yaitu minat primitif dan minat kultural. Minat primitif yaitu minat yang timbul dari kebutuhan dari jaringan yang berkisar pada soal-soal makanan, kebahagiaan hidup atau berkebebasan beraktifitas. Minat ini dapat dikatakan sebagai minat pokok dari manusia, sedangkan minat cultural minat yang berasal dari perbuatan belajar yang tinggi tarafnya yang merupakan hasil dari pendidikan dan minat ini dikatakan minat pelengkap.

---

<sup>25</sup> Astuti dan Mustikawati, “Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah.” h. 186

<sup>26</sup> Abdul Rahman Saleh and Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta : Prenada Media, 2019). h. 265



- 2) Berdasarkan arahnya, minat dibedakan menjadi dua yaitu minat intrinsik dan minat ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktifitas itu sendiri, sedangkan minat ekstrinsik yaitu minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dengan kegiatan tersebut, ketika tujuan sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang.<sup>27</sup>
- 3) Berdasarkan cara mengungkapkannya minat dibedakan menjadi tiga yaitu:
  - a) *Exspresed interest* (minat yang diekspresikan), yaitu minat yang diungkapkan dengan kata-kata tertentu atau diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan seseorang lebih menyukai sesuatu hal dari pada yang lain.
  - b) *Mainfest interest* (minat yang diwujudkan), yaitu minat yang diwujudkan dengan tindakan, perbuatan dan ikut serta berperan aktif dalam aktivitas tertentu.
  - c) *Inventoried interest* (minat yang diinvestarisasikan), yaitu minat yang dapat diukur dan dinilai melalui kegiatan menjawab sejumlah pernyataan tertentu atau urutan pilihannya untuk kelompok aktivitas tertentu.<sup>28</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dipahami bahwa minat memiliki berbagai macam. Minat juga sangat bergantung kepada penggolongan seperti arahan minat, timbulnya minat, dan berdasarkan cara mendapatkan atau mengungkapkan minat itu sendiri.

## **6. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *Mobile Banking***

### **a. Faktor Kegunaan**

---

<sup>27</sup> Ibid.

<sup>28</sup> Cahyo Aji Nugroho dan Pairun Roniwijaya, "Pengaruh Prestasi Praktik Kerja Industri Dan Motivasi Belajar Praktik Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas Xii Jurusan Teknik Kendaraan Ringan Smkn I Sedayu Bantul 2013/2014," *Jurnal Taman Vokasi* 1, no. 2 (2013).

Kegunaan (*usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Kegunaan juga didefinisikan sebagai tingkatan kepercayaan pengguna bahwa menggunakan teknologi atau sistem atau sistem tertentu. Davis mendefinisikan kegunaan yang dirasakan sebagai probabilitas subjektif pengguna prospektif yang menggunakan sistem aplikasi spesifik akan meningkatkan pekerjaan atau kinerja hidupnya. Kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang dalam mempelajari komputer. Demikian pengguna mempercayai bahwa hal tersebut lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah mengoperasikannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan (*ease of use*). Tingkat kepercayaan seseorang dalam penggunaan suatu sistem teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Konsep ini menggambarkan manfaat sistem bagi pemakainya yang berkaitan dengan produktivitas, kinerja tugas, efektivitas, pentingnya suatu tugas dan *overall usefulness*.<sup>29</sup>

#### **b. Faktor Kepercayaan**

Kepercayaan adalah harapan bahwa orang lain memutuskan untuk dipercaya tidak akan berperilaku optimis dengan mengambil keputusan sebuah situasi. Menurut Mahardika dan Basuki (2011) dalam Wibowo, Rosmauli, dan Suhud (2015)<sup>30</sup> mendefinisikan kepercayaan nasabah didefinisikan disini sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya.

Dapat disimpulkan bahwa dalam hal penggunaan mobile banking merupakan harapan dan keyakinan pengguna layanan mobile banking memiliki kompetensi dan tidak akan berperilaku oportunistis.

---

<sup>29</sup> Hartono M Jogyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007).  
h. 54

<sup>30</sup> Hadi dan Novi, "Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking."

Menurut Berry (2017), salah satu cara yang bagus untuk menarik kepercayaan konsumen adalah dengan menjalin hubungan yang baik antara konsumen dan perusahaan dengan berbagai trik yang interaktif, agar konsumen memiliki wawasan serta keyakinan bahwa produk yang dibelinya mampu memenuhi segala kebutuhan serta ekspektasinya tentang produk itu sendiri. Kotler dan Keller, dijelaskan bahwa awal mula munculnya kepercayaan berasal dari ekspektasi yang dibentuk oleh konsumen berdasarkan berbagai sumber di sekitarnya, seperti pengalaman masa lalu, berita dari mulut ke mulut, dan iklan.<sup>31</sup>

Secara umum, konsumen membandingkan jasa anggapan dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa anggapan berada di bawah jasa yang diharapkan, konsumen akan kecewa. Perusahaan yang berhasil menambahkan manfaat pada penawaran mereka sehingga konsumen tidak hanya puas, tetapi terkejut dan sangat puas, karena mendapat pengalaman yang melebihi harapannya. Dari situlah, akan munculnya rasa percaya, bahwa perusahaan tersebut mampu memenuhi ekspektasinya. Selain itu, keberadaan kompetitor sendiri memang harus membuat perusahaan tidak hanya piawai dalam mengelola produk saja, tapi juga mengelola hubungan dengan konsumen, agar bisa meraih keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) agar konsumen bisa percaya dan mendapatkan kepuasan lebih dibanding kompetitor.<sup>32</sup>

Jika konsumen sudah percaya bahwa produk yang digunakan memenuhi kebutuhan dengan baik, maka ia akan menjadi konsumen loyal dan melakukan pembelian berulang-ulang. Untuk dapat mewujudkan hal tersebut, kepercayaan konsumen adalah salah satu hal yang penting yang bisa memastikan bahwa konsumen tersebut akan menjadi pengguna yang loyal, sehingga dapat mencegahnya untuk berpaling pada kompetitor.

---

<sup>31</sup> Kotler dan Amstrong, "Prinsip-prinsip Pemasaran, edisi kedelapan." h. 76

<sup>32</sup> Ibid.

Ada tiga elemen yang membangun kepercayaan, yaitu *benevolence*, *integrity*, *competence*.<sup>33</sup>

- 1) *Benevolence* (niat baik) berarti seberapa besar seseorang percaya kepada produsen untuk berperilaku baik kepada konsumen. *Benevolence* merupakan kesediaan produsen untuk melayani kepentingan konsumen.
- 2) *Integrity* (integritas) adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran produsen untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.<sup>34</sup>
- 3) *Competence* (kompetensi) adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki produsen untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Esensi dari kompetensi adalah seberapa besar keberhasilan produsen untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen. Inti dari kompetensi adalah kemampuan produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

### c. Faktor Resiko

Risiko didefinisikan sebagai persepsi nasabah atas ketidakpastian dan konsekuensi yang akan dihadapi setelah melakukan aktivitas tertentu. Risiko berhubungan dengan sistem keamanan pada layanan *mobile banking*. Saat keamanan dalam sistem tersebut lemah, maka hal ini dapat membuat nasabah cemas dan ragu untuk memberikan nomor rekening mereka dan informasi penting lainnya melalui sistem layanan *mobile banking*. Nasabah khawatir jika kerahasiaan nomor PIN diketahui oleh orang lain tanpa sepengetahuan mereka, sehingga menyebabkan rendahnya keinginan nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* tersebut.

Persepsi resiko dapat diartikan sebagai persepsi ataupun dengan subyektif seseorang akan ketidakpastian dan konsekuensi negatif yang

---

<sup>33</sup> D Harrison McKnight, Vivek Choudhury, dan Charles Kacmar, "The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site: a trust building model," *The journal of strategic information systems* 11, no. 3–4 (2002): 297–323.

<sup>34</sup> Saling et al., "Pengantar Bisnis" (Medan: Madenatera, 2018), h.23.

mungkin terjadi dari penggunaan suatu sistem tertentu. Sebelum menggunakan suatu teknologi seseorang tentu akan mempertimbangkan risiko dari penggunaan tersebut. Persepsi risiko mempengaruhi tingkat kepercayaan, dapat di ketahui semakin besar persepsi risiko dari nasabah maka semakin kecil tingkat kepercayaan nasabah, begitu juga sebaliknya. Indikator yang digunakan pada variable persepsi resiko tersebut: Kemungkinan terjadinya risiko pencurian data, Kemungkinan terjadinya risiko penipuan, Kemungkinan terjadinya risiko biaya tinggi.

## **B. Kajian Terdahulu**

Tujuan mencantumkan kajian sebelumnya adalah untuk menunjukkan penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang memiliki persamaan

dengan yang akan diteliti, letak perbedaannya dengan yang akan diteliti sehingga jelas posisi permasalahan yang akan diteliti.<sup>35</sup>

Penelitian tentang Analisis Faktor Kegunaan, Kepercayaan, Dan Resiko Yang Berhubungan Dengan Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal telah banyak dilakukan, kajian terdahulu berikut ini semuanya merupakan dalam bentuk jurnal.

Berikut ini adalah kajian terdahulu yang berhubungan hampir menyerupai dan memiliki kesamaan dengan peneliti teliti:

**Tabel 2.1**

**Kajian Terdahulu**

| No | Nama Peneliti                            | Judul Penelitian  | Perbedaan   | Hasil Penelitian  |
|----|--|---|---|---|
| 1. | Adi Pratama, et.al (2019). <sup>36</sup> | Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi Empiris Pada Nasabah Perbankan Konvensional Di Kota Palu) | X1 : Persepsi Kegunaan<br>X2 : Kemudahan Penggunaan<br>X3 : Kenyamanan<br>Y : Niat Dalam Menggunakan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> | Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kenyamanan berpengaruh positif terhadap niat dalam menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> . |
| 2  | Ida Ayu dan Ni                           | Peran Kepercayaan   | X1 : Persepsi Resiko<br>X2 : Kepercayaan  | Hasil penelitian ditemukan bahwa persepsi risiko  |

<sup>35</sup> Azhari Akmal Tarigan et al., *Buku Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara* (Medan: Febi Press UINSU, 2015). h. 17

<sup>36</sup> Adi Pratama et al., "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat dalam Menggunakan *Mobile Banking*," *Jurnal Akun Nabelo: Jurnal Akuntansi Netral, Akuntabel, Objektif 2* (2019): 1–5.

|   |   |  |   |  |
|---|---|--|---|--|
|   | Ketut<br>Seminar<br>(2018). <sup>37</sup>   | Memediasi<br>Persepsi<br>Risiko<br>Terhadap Niat<br>Menggunakan<br>Mandiri<br>Mobile<br>Banking Di<br>Kota Denpasar  | Y : Niat Menggunakan<br><i>Mobile Banking</i>   | berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat menggunakan. Sementara kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan. Sehingga dapat dikatakan bahwa untuk meningkatkan niat menggunakan dapat dilakukan dengan meminimalisasi persepsi risiko dan menumbuhkan kepercayaan.  |
| 3 | Ni Made<br>Ari<br>Puspita<br>Dewi dan I<br>Gede Kt.<br>Warmika<br>(2016). <sup>38</sup> | Peran Persepsi<br>Kemudahan<br>Penggunaan,<br>Persepsi<br>Manfaat Dan<br>Persepsi Risiko<br>Terhadap Niat<br>Menggunakan<br><i>Mobile<br/>Commerce</i> Di<br>Kota Denpasar | X1 : Kemudahan<br>Penggunaan<br>X2 : Persepsi Manfaat<br>X3 : Persepsi Resiko<br>Y : Niat Menggunakan<br><i>Mobile Commerce</i> | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan <i>Mobile Commerce</i> di Kota Denpasar. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan <i>Mobile Commerce</i> di Kota Denpasar. Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan <i>Mobile Commerce</i> di Kota Denpasar |
| 4 | Giga Bawa<br>Laksana,<br>et.al  | Pengaruh<br>Persepsi<br>Kemanfaatan,   | X1 : Persepsi<br>Kemanfaatan  | Hasil penelitian dengan uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan, persepsi  |

<sup>37</sup> Jayantari dan Seminar, "Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar."

<sup>38</sup> Dewi dan Warmika, "Peran persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap niat menggunakan mobile commerce di kota Denpasar."

|  |                       |   |   |  |
|--|-----------------------|---|---|--|
|  | (2015). <sup>39</sup> | Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah) | X2 : Persepsi Kemudahan Penggunaan<br>X3 : Persepsi Resiko<br>X4 : Persepsi Kesesuaian<br>Y : Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> | kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian secara terpisah (parsial) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking, sedangkan yang memiliki pengaruh paling dominan adalah persepsi kesesuaian karena memiliki nilai koefisien beta dan t hitung paling besar. Hasil uji F juga menunjukkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Besarnya pengaruh variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian terhadap minat menggunakan mobile banking adalah sebesar 50,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi |
|--|-----------------------|---|---|--|

<sup>39</sup> Giga Bawa Laksana, "Pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian terhadap minat menggunakan mobile banking (studi pada nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)," *Jurnal Administrasi Bisnis* 26, no. 2 (2015).



|   |                                      |   |  |  |
|---|--------------------------------------|---|--|--|
|   |                                      |   |  | oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.  |
| 5 | Yudhi dan Novi (2015). <sup>40</sup> | Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (M-Banking): Model Kombinasi Technology Acceptance Model (Tam) Dan Theory Of Planned Behavior (Tpb) | X : Minat Individu<br>Y : Penggunaan <i>Mobile Banking</i> | Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dan persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi sikap individu menggunakan <i>mobile banking</i> . Sikap dan norma subjektif mempengaruhi niat individu menggunakan <i>mobile banking</i> , kontrol perilaku tidak mempengaruhi minat individu menggunakan <i>mobile banking</i> . Implikasi dari penelitian ini relevan untuk lembaga perbankan untuk mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu untuk menggunakan <i>mobile banking</i> dalam pengembangan sistem informasi. |

1. Persamaan dan perbedaan penelitian Adi Pratama, et.al (2019) dengan penelitian ini adalah :
  - a. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif serta juga membahas tentang *mobile banking*
  - b. Perbedaannya adalah terdapat perbedaan pada salah satu variabelnya dan objek penelitiannya
2. Persamaan dan perbedaan penelitian Ida Ayu dan Ni Ketut Seminari (2018) dengan penelitian ini adalah :

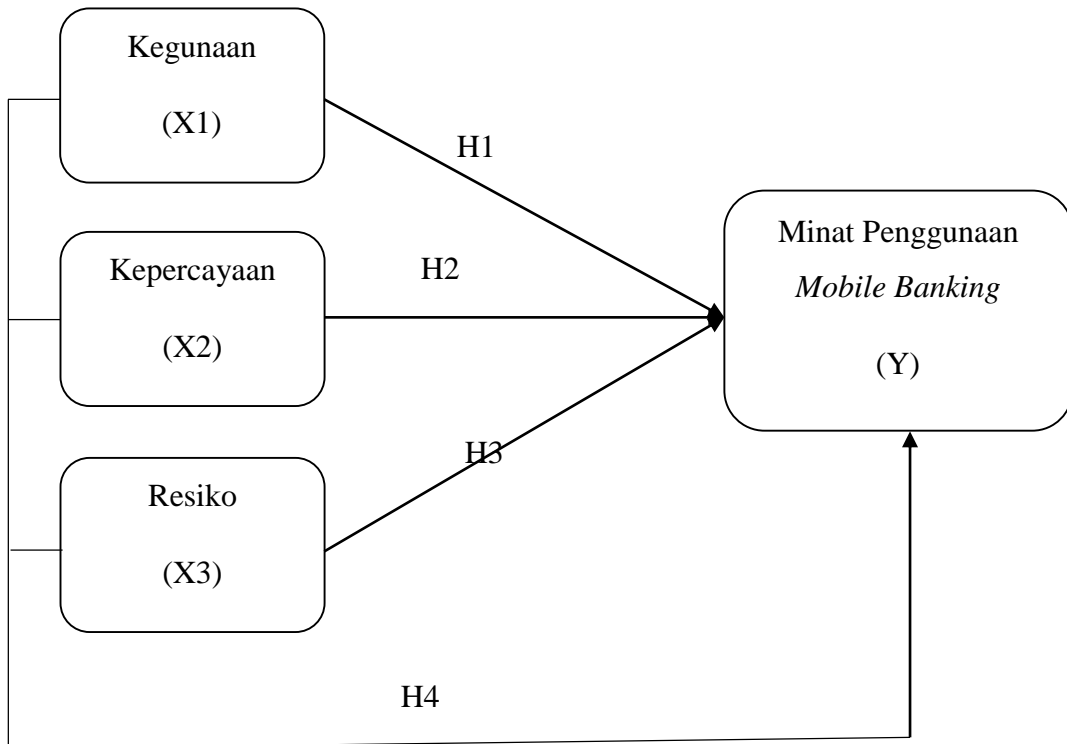
---

<sup>40</sup> Novi Rukhviyanti, "Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking (M-Banking): Model Kombinasi Technology Acceptance Model (Tam) Dan Theory Of Planned Behavior (Tpb)," *Jurnal Informasi* 7, no. 1 (2017).

- a. Persamaannya adalah adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif serta juga membahas tentang *mobile banking*
- b. Perbedaannya adalah terdapat perbedaan pada objek penelitiannya
3. Persamaan dan perbedaan penelitian Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Gede Kt. Warmika (2016) dengan penelitian ini adalah :
  - a. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif serta juga membahas tentang *mobile banking*.
  - b. Perbedaannya adalah terdapat perbedaan pada studi kasus dan objek penelitiannya.
4. Persamaan dan perbedaan penelitian Giga Bawa Laksana, et.al (2015) dengan penelitian ini adalah :
  - a. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif serta juga membahas tentang *mobile banking*.
  - b. Perbedaannya adalah terdapat Perbedaan pada dan objek yang di teliti dan difokuskan pada nasabah Bank.
5. Persamaan dan perbedaan penelitian Yudhi dan Novi (2015) dengan penelitian ini adalah :
  - a. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif serta juga membahas tentang *mobile banking*.
  - b. Perbedaannya adalah terdapat Perbedaan pada dan objek yang di teliti dan difokuskan pada nasabah Bank serta model teknologi yang digunakan.

### **C. Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran adalah kemampuan seseorang peneliti dalam mengaplikasikan pola berfikirnya dalam menyusun secara sistematis. Sesuai dengan gambar kerangka konseptual (Gambar 2.1), maka dapat dijelaskan bahwa variabel Kegunaan Kepercayaan Dan Resiko berpengaruh terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*.



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis diantara dua variabel yang diungkapkan dalam bentuk pertanyaan secara logis. Berdasarkan kerangka teoritis dan kerangka konseptual yang sudah diuraikan di atas, dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

$H_{01}$  : Faktor Kegunaan tidak berpengaruh terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal.

- Ha<sub>1</sub> : Faktor Kegunaan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal.
- HO<sub>2</sub> : Faktor Kepercayaan tidak berpengaruh berpengaruh terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal.
- Ha<sub>2</sub> : Faktor Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal.
- HO<sub>3</sub> : Faktor Resiko tidak berpengaruh berpengaruh terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal.
- Ha<sub>3</sub> : Faktor Resiko berpengaruh terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal.
- HO<sub>4</sub> : Faktor Kegunaan, Kepercayaan, dan Resiko tidak berpengaruh berpengaruh terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal.
- Ha<sub>4</sub> : Faktor Kegunaan, Kepercayaan, dan Resiko berpengaruh terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel.<sup>1</sup> Peneliti menggunakan pendekatan asosiatif karena pertanyaan dalam penelitian ini bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel, kemudian metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan jenis metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena sosial. Untuk dapat melakukan pengukuran, setiap fenomena sosial dijabarkan ke dalam beberapa komponen masalah, variabel, dan indikator. Setiap variabel yang ditentukan diukur dengan memberikan simbol-simbol angka yang berbeda-beda sesuai dengan kategori informasi yang berkaitan dengan variabel tersebut. Dengan menggunakan simbol-simbol angka tersebut, teknik perhitungan secara kuantitatif matematik dapat dilakukan sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum di dalam suatu parameter.<sup>2</sup>

#### **B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tepatnya Mahasiswa FEBI UINSU, di Jl. Williem Iskandar Pasar V Medan Estate, Sumatera Utara.

##### **2. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dilaksanakan pada Bulan September 2021- Januari 2022.

---

<sup>1</sup> Chris H Timotius, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Andi, 2017). h. 16

<sup>2</sup> Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Medan: Febi Press UINSU, 2016). h. 7

**Tabel 3.1**  
**Waktu Penelitian**

| No | Kegiatan                   | Tahun 2021 |     |     |     |     |     |
|----|----------------------------|------------|-----|-----|-----|-----|-----|
|    |                            | Sep        | Okt | Nov | Des | Jan | Feb |
| 1  | Pengajuan Judul Skripsi    |            |     |     |     |     |     |
| 2  | Bimbingan Proposal Skripsi |            |     |     |     |     |     |
| 3  | Seminar Proposal           |            |     |     |     |     |     |
| 4  | Penelitian                 |            |     |     |     |     |     |
| 5  | Bimbingan Skripsi          |            |     |     |     |     |     |
| 6  | Sidang Munaqasah           |            |     |     |     |     |     |

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>3</sup> Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah FEBI UIN Sumatera Utara angkatan 2017 dan angkatan 2018 sebanyak 520 orang mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah FEBI yang pernah menggunakan layanan *Mobile Banking*.

#### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampling. Di sini sampel harus benar-benar

---

<sup>3</sup> *Ibid.*, h. 31

bisa mencerminkan keadaan populasi, artinya kesimpulan hasil penelitian yang diangkat dari sampel harus merupakan kesimpulan atas populasi.<sup>4</sup> Ukuran sampel atau jumlah sampel yang diambil merupakan hal yang penting jika peneliti melakukan penelitian yang menggunakan analisis kuantitatif. Anggota populasi yang secara kebetulan dijumpai oleh peneliti dan sesuai dengan ketentuan peneliti. Sampel adalah bagian dari populasi yang karakteristiknya akan diteliti.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Pada metode ini sampel diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Dengan itu sampel yang digunakan harus sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditentukan seperti kriteria, sifat ataupun sifat. Adapun kriteria sampel dari penelitian ini:

- a. Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah FEBI UIN Sumatera Utara angkatan 2017 dan 2018.
- b. Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah FEBI UIN Sumatera Utara yang pernah menggunakan fitur *Mobile Banking* lebih dari 2 kali.

Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi digunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

E = Persentasi kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan

Pengambilan sampel (10%)

---

<sup>4</sup> Helmina Andriani Hardani et al., “Buku metode penelitian kualitatif & kuantitatif,” Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group (2020). h. 362

Jadi jumlah sampel yang diambil adalah :

$$n = \frac{520}{1 + (520)(0,1)^2} = 83$$

Maka berdasarkan hasil diatas sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 83 responden.

## **D. Data Penelitian**

### **1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer, yaitu jenis data yang diperoleh dari perusahaan berupa angka atau bilangan sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui.<sup>5</sup>

### **2. Sumber Data**

Adapun sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.<sup>6</sup> Data ini diperoleh dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau kuisioner yang nantinya akan diisi oleh responden yang terdiri dari mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara angkatan 2017 dan angkatan 2018.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data secara objektif, terperinci, dan baik sesuai dengan kejadian dan permasalahan yang ada, maka metode atau teknik dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket atau kuisioner. Angket atau kuisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat

---

<sup>5</sup> Achmad Sani Supriyanto, "Metodologi riset manajemen Sumber daya Manusia" (UIN-maliki Press, 2010). h. 201

<sup>6</sup> Husein Umar, "Metode Penelitian untuk skripsi dan tesis Bisnis edisi Kedua," Jakarta: PT RajaGrafindo Persada (2008). h. 42



pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>7</sup> Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat dari responden. Kuisisioner diambil dari hasil penelitian terdahulu yang telah diuji oleh peneliti.<sup>8</sup>

Pengukuran variabel-variabel dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dimana responden menyatakan pendapatnya terhadap pernyataan. Setiap pertanyaan tersebut disertai 5 alternatif jawaban yang harus dipilih responden dan setiap jawaban tersebut dinilai dengan angka sebagai berikut :

1. Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor : 5
2. Jawaban Setuju (S) diberi skor : 4
3. Jawaban Netral (N) diberi skor : 3
4. Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor : 2
5. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor : 1

Data yang diperoleh dalam penelitian ini perlu dianalisis lebih lanjut agar data tersebut dapat ditarik kesimpulannya yang tepat, yang bertujuan untuk mengetahui keabsahan dan keandalan data dalam penelitian ini yang harus diuji validitas dan reliabilitasnya.

## F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan mengenai cara-cara tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur (mengoperasionalkan) *construct* menjadi variabel peneliti yang dapat dituju.<sup>9</sup> Variabel penelitian adalah suatu sifat yang dapat memiliki berbagai macam nilai. Kalau diekspresikan secara berlebihan, variabel adalah sesuatu yang bervariasi. Variabel biasanya diekspresikan dalam bentuk simbol/lambang (umumnya digunakan simbol x dan y) yang padanya dilekatkan bilangan atau nilai.<sup>10</sup>

Ada dua macam variabel dalam penelitian ini, yaitu :<sup>11</sup>

---

<sup>7</sup> Supriyanto, "Metodologi riset manajemen Sumber daya Manusia." h. 199

<sup>8</sup> Sulianto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2006). h. 134

<sup>9</sup> Supriyanto, "Metodologi riset manajemen Sumber daya Manusia.", h. 200

<sup>10</sup> Arfan Ikhsan, "Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen" (Citapustaka Media, 2014). h. 66

<sup>11</sup> *Ibid.*, h. 67

### 1. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen (*dependent variables*) atau variabel terikat merupakan jenis variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel ini secara matematis disimbolkan dengan huruf  $y$ . Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Penggunaan *Mobile Banking* (Y).

### 2. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen (*independent variables*) disebut juga dengan variabel bebas merupakan jenis variabel yang dipandang sebagai penyebab munculnya variabel dependen yang diduga sebagai akibatnya. Variabel ini secara matematis disimbolkan dengan huruf  $x$ . Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel yang tergolong dalam variabel independen yaitu Kegunaan (X1), Kepercayaan (X2), dan Resiko (X3).

Definisi operasional variabel penelitian dijelaskan pada tabel 3.2 sebagai berikut :

**Tabel 3.2**

#### **Definisi Operasional Variabel**

| <b>No</b> | <b>Jenis Variabel</b>                      | <b>Definisi</b>   | <b>Indikator</b>  | <b>Skala</b>  |
|-----------|--|---|---|---------------|
| 1         | Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Y) | Suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku ( <i>behavioral</i> ) jika mempunyai keinginan atau minat ( <i>behavioral</i> ) | 1. Berminat terus menggunakan<br>2. Akan menggunakan untuk transaksi terkait<br>3. Merekomendasikan kepada orang lain | <i>Likert</i> |

|   |                  |   |  |               |
|---|------------------|---|--|---------------|
|   |                  | <i>intention</i> ) untuk melakukannya. <sup>12</sup>  |  |               |
| 2 | Kegunaan (X1)    | Kegunaan ( <i>usefulness</i> ) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. <sup>13</sup>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjadikan lebih mudah</li> <li>2. Berguna</li> <li>3. Menambah</li> <li>4. Produktifitas</li> <li>5. Mengembangkan Kinerja</li> </ol>   | <i>Likert</i> |
| 3 | Kepercayaan (X2) | Kepercayaan nasabah didefinisikan disini sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dapat di percaya</li> <li>2. Mengedepankan kepentingan nasabah</li> <li>3. Menjaga nama baik dan berkomitmen tinggi</li> <li>4. Percaya informasi yang di berikan</li> <li>5. Memperhatikan kondisi nasabah</li> </ol> | <i>Likert</i> |

<sup>12</sup> Akhmad Fakhrurozi dan Dr S E Zulfikar, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta" (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018).

<sup>13</sup> Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)," *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 6, no. 1 (2015): 440–456.

|   |             |  |  |               |
|---|-------------|--|--|---------------|
|   |             | memberikan manfaat pada penggunaannya. <sup>14</sup>   |  |               |
| 3 | Resiko (X3) | Persepsi nasabah atas ketidakpastian dan konsekuensi yang akan dihadapi setelah melakukan aktivitas tertentu. Risiko berhubungan dengan sistem keamanan pada layanan <i>mobile banking</i> . <sup>15</sup> | 1. Kemungkinan terjadinya risiko.<br>2. Pencurian data<br>3. Kemungkinan terjadinya risiko penipuan<br>4. Kemungkinan terjadinya risiko biaya tinggi | <i>Likert</i> |

## G. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan adalah analisis regresi berganda, karena membahas tentang tiga buah variabel independen dan satu buah variabel dependen. Untuk mendukung hasil dan akurasi penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) Versi 23.0, kemudian dijelaskan secara deskriptif.

### 1. Uji Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan model penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya. Dengan analisis deskriptif, dimungkinkan untuk melakukan hubungan antar variabel, menguji hipotesis, mengembangkan generalisasi, dan

<sup>14</sup> Andy Putra Mahkota, "Pengaruh kepercayaan dan kenyamanan terhadap keputusan pembelian online (studi pada pelanggan Website Ride Inc)," *Jurnal Administrasi Bisnis* 8, no. 2 (2014).

<sup>15</sup> Wibowo, Rosmauli, dan Suhud, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)."

mengembangkan teori yang memiliki validitas universal.<sup>16</sup> Penelitian ini menjabarkan nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari setiap variabel.

## 2. Uji Kualitas Data

### a. Uji Validitas

Validitas merupakan produk dari validasi.<sup>17</sup> Validasi adalah suatu proses yang dilakukan oleh penyusun atau pengguna instrumen untuk mengumpulkan data secara empiris guna mendukung kesimpulan yang dihasilkan oleh skor instrumen. Sedangkan validitas adalah kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur sasaran ukurnya. Dalam mengukur validitas perhatian ditujukan pada isi dan kegunaan instrumen. Validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu item dikatakan jika pernyataan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Agar data yang diperoleh bisa relevan/sesuai dengan tujuan uji validitas yang digunakan adalah dengan cara menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan skor setiap konstruksinya. Metode yang digunakan adalah dengan membandingkan antara nilai korelasi atau  $r_{hitung}$  dari variabel penelitian dengan nilai  $r_{tabel}$ . Data dikatakan valid apabila korelasi antar skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor setiap konstruksinya signifikan pada 0,05 atau 0,01 maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.<sup>18</sup>

### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebagai alat ukur yang berkenan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data yang dihasilkan dari proses pengumpulan data dengan menggunakan instrumen.<sup>19</sup> Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur seberapa besar suatu pengukuran mengukur dengan stabil atau

---

<sup>16</sup> Arfan Ikhsan, et.al., *Metodologi Penelitian Bisnis dan Manajemen*, h. 33

<sup>17</sup> Eurika Pendidikan, "Pengertian Uji Validitas Dan Reliabilitas Secara Empirik," accessed September 30, 2021, <https://eurekapedidikan.com/pengertian-uji-validitas-dan-reliabilitas-empirik-teoritik>.

<sup>18</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011). h. 21

<sup>19</sup> Sukaria Sinulingga, *Metodologi Penelitian* (Medan: USU Press, 2015). h. 229

konsisten. Instrumen dipercaya jika jawaban dari responden atas pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji ini dilakukan dengan menggunakan koefisien *cronbach alpha*. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.<sup>20</sup>

### 3. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah uji statistik untuk mengukur sejauh mana sebuah model regresi dapat disebut sebagai model yang baik. Model regresi disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi-asumsi klasik yaitu multikolinieritas, autokorelasi, heteroskedastisitas, dan normalitas.<sup>21</sup> Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model estimasi telah memenuhi kriteria ekonometrika, dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam metode *Ordinary Lest Square* (OLS). Setidaknya terdapat empat uji asumsi yang harus dilakukan

#### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Alat uji yang digunakan adalah dengan analisis grafik histogram, grafik *normal probability plot* serta uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov (1-sample K-S)*.<sup>22</sup>

Dasar pengambilan keputusan dengan analisis grafik normal *probability plot* adalah :

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi syarat normalitas.

---

<sup>20</sup> Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian* (Jakarta: Rajawali Press, 2016). h. 173

<sup>21</sup> Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*. h. 93

<sup>22</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: UNDIP, 2009). h. 51

- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garisdiagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Dasar pengambilan keputusan uji statistik dengan Kolmogorov-Smirnov Z (I-Sample K-S) adalah :

- 1) Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  atau 5% maka data terdistribusi secara normal.
- 2) Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  atau 5% maka data tidak terdistribusi normal.<sup>23</sup>

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi yang kuat diantara variabel-variabel independen yang diikutsertakan dalam pembentukan model. Dasar pengambilan keputusan model regresi yang baik atau Untuk mendeteksi apakah model regresi linear mengalami multikolinearitas dapat diperiksa menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance Value*. Batas dari *Tolerance Value* adalah  $> 0,10$  dari *Variance Inflation Factor* (VIF)  $< 10$ .<sup>24</sup>

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heterokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Metode yang digunakan untuk mengkaji ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai variabel dependen (ZPRED) dengan nilai residual (SRESID). Dasar analisis ini adalah Titik-titik tersebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0 dan data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebur

---

<sup>23</sup> *Ibid*

<sup>24</sup> Natak Rizwanto, "Analisis Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Pengelolaan Keuangan Daerah Terhadap Kinerja Pemerintah Daerah Kabupaten Jember Analysis," *Artikel Ilmiah Mahasiswa* (2016). h. 4

kemudian menyempit dan melebur kembali dan Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.<sup>25</sup>

#### 4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh faktor kegunaan (X1), kepercayaan (X2), dan resiko (X3) terhadap minat penggunaan *mobile banking* (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata dari variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.<sup>26</sup> Rumus regresi yang digunakan adalah :

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

Keterangan :

|                 |  |
|-----------------|--|
| $a$             | = Konstanta                              |
| $X_1$           | = Kegunaan                               |
| $X_2$           | = Kepercayaan                            |
| $X_3$           | = Resiko                                 |
| $Y$             | = Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> |
| $b_1, b_2, b_3$ | = Koefisien regresi untuk X1, X2, dan X3 |
| $e$             | = Faktor Gangguan                        |

#### 5. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak

---

<sup>25</sup> Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan : FEBI UINSU PRESS, 2016), h. 98

<sup>26</sup> *Ibid*, h. 184



pernyataan tersebut.<sup>27</sup> Tujuan dari uji hipotesis adalah untuk menetapkan suatu dasar sehingga dapat mengumpulkan bukti yang berupa data-data dalam menentukan keputusan apakah menolak atau menerima kebenaran dari pernyataan atau asumsi yang telah dibuat.<sup>28</sup> Uji hipotesis terdiri dari beberapa uji yaitu sebagai berikut :

a. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Koefisien Determinan ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinan adalah diantara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.<sup>29</sup>

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji t atau lebih dikenal dengan sebutan uji parsial adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual atau parsial dapat menerangkan variasi variabel terikat.<sup>30</sup> Adapun langkah-langkah dalam pengambilan keputusan untuk uji t adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai t hitung  $>$  t tabel dan nilai Sig. t  $<$   $\alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai t hitung  $<$  t tabel dan nilai Sig. t  $>$   $\alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

c. Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau lebih dikenal dengan uji simultan adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara

---

<sup>27</sup> Laylan Syafina, "Panduan penelitian kuantitatif akuntansi" (Medan: Febi Press, 2018).  
h. 35

<sup>28</sup> *Ibid*, h. 36

<sup>29</sup> *Ibid*

<sup>30</sup> *Ibid*, h. 39

bersama-sama terhadap variabel dependen.<sup>31</sup> Langkah-langkah dalam pengambilan keputusan untuk uji F adalah :

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai  $Sig. F < \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai  $Sig. F > \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

---

<sup>31</sup> *Ibid*, h. 37

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Perusahaan**

###### **a. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara**

Dengan lahirnya Peraturan Menteri Agama No 81 Tahun 2013 sebagai perubahan terhadap Peraturan Menteri Agama No 14 Tahun 2013 tentang Organisasi Tata Kelola UIN Sumatera Utara, maka Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berdiri. Peraturan Menteri Agama tersebut ditandatangani pada tanggal 19 November bertepatan dengan ulang tahun UIN Sumatera Utara. Keberadaan FEBI bukan sekedar menambah jumlah fakultas di UIN Sumatera Utara. Bukan juga sebatas memisahkan mahasiswa jurusan Ekonomi Islam dan Prodi Diploma III Perbankan Syari'ah dari Fakultas Syari'ah ke FEBI. Namun keberadaan FEBI merupakan penegasan keunggulan UIN Sumatera Utara dalam bidang kajian, pendidikan dan penerapan ekonomi Islam. FEBI harus mampu mengangkat harkat dan martabat UIN Sumatera Utara tidak saja di pentas nasional tetapi juga internasional. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SU diresmikan pada tanggal 19 November 2013 di UIN Alauddin Makassar. Fakultas ini dipercayakan untuk mengembangkan studi-studi Ekonomi dan Bisnis Islam secara integratif dengan pendekatan transdisipliner. Integrasi antar ilmu diharapkan dapat melahirkan ilmu-ilmu baru. Sebut saja ekonomi Makro Islami, Akuntansi Syariah, Manajemen Sumber Daya Syariah, Bisnis Syariah dan sebagainya.

Penyebutan syariah tidak dalam konteks menghadapkannya dengan ilmu umum (sekuler). Namun, penyebutan itu menunjukkan telah terjadinya integrasi keilmuan. Tegasnya UIN SU akan terus meminimalisir cara pandang keilmuan yang dikotomik. Lahirnya FEBI UIN Sumatera Utara sebagai hasil dari sebuah perjalanan panjang UIN Sumatera Utara bersama sivitas akademiknya, haruslah diberi makna sebagai hasil kerja bersama semua pihak baik yang terlibat langsung ataupun tidak langsung. Sekecil

apapun kontribusi yang diberikan, maka itu harus dipandang penting dan menentukan bagi proses lahirnya FEBI. Tidak boleh ada pihak yang merasa lebih berjasa dari yang lainnya. Sebaliknya, semua orang harus memandang keberhasilan ini sebagai keberhasilan bersama, dimiliki bersama, dan dikembangkan secara bersama-sama pula. Dengan demikian, jauh lebih penting dari itu, semua pihak, mulai dari pimpinan institute, Fakultas, Jurusan dan Prodi, mahasiswa dan para stakeholder, bersama-sama mengembangkan fakultas ini sesuai dengan visi dan misinya.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Sumatera Utara pada mulanya merupakan hasil dari perpindahan dua jurusan yang ada di Fakultas Syariah jurusan Ekonomi Syariah dan Program Studi Diploma III Perbankan Syariah ke FEBI. Bukan hanya jurusan atau program studinya saja yang pindah tetapi juga para mahasiswa dan dosen-dosennya. Dengan perpindahan dua jurusan bersama mahasiswa dan dosen, maka FEBI telah berdiri menjadi fakultas yang utuh. Adapun tenaga kependidikannya diberikan oleh UIN Sumatera Utara dengan memutasi beberapa pegawai yang ada di berbagai fakultas dan biro di lingkungan UIN Sumatera Utara.

Saat ini mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara berjumlah lebih kurang 1845 orang dengan rincian mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah berjumlah 1298 orang, sedangkan mahasiswa Program Diploma III Perbankan Syariah berjumlah 547 orang. Jumlah mahasiswa yang aktif saat ini berjumlah 1592 orang dan selebihnya dalam proses penyelesaian studi. Adapun dosen FEBI UIN Sumatera Utara berjumlah 37 orang. Adapun rincian dosen berlatar pendidikan ekonomi berjumlah 30 orang, yang berlatar belakang syariah berjumlah 15 orang, dan saat ini terdapat 8 dosen yang sedang menempuh pendidikan tinggi strata tiga di berbagai perguruan tinggi. Sedangkan tenaga kependidikan FEBI berjumlah 159 orang dengan ketentuan 37 dosen tetap dan 122 dosen tidak tetap.

Sebagai fakultas baru, FEBI sesungguhnya belum memiliki gedung sendiri sebagaimana layaknya fakultas-fakultas lainnya di UIN Sumatera Utara. Gedung yang ditempati FEBI saat ini adalah gedung yang semulanya

dipersiapkan untuk kuliah bersama. Namun karena kebutuhan FEBI sudah sangat mendesak, maka oleh pimpinan UIN Sumatera Utara ditetapkanlah gedung kuliah bersama ini sebagai tempat perkuliahan dan pusat administrasi FEBI UIN Sumatera Utara.

Melihat kondisi di atas, sesungguhnya sarana fakultas ini masih perlu dilengkapi. Dalam perencanaan pada masa mendatang, gedung FEBI masuk dalam paket pembangunan UIN Sumatera Utara yang didukung oleh IDB. Dengan demikian, sementara menunggu gedung baru tersebut, maka FEBI menggunakan gedung kuliah bersama. Dosen-dosen FEBI UIN SU saat ini merupakan dosen-dosen yang berpengalaman baik di dalam maupun di luar negeri dengan tingkat pendidikan minimal Strata 2. Dosen-dosen FEBI juga mendapatkan pendidikan formal dan non formal di berbagai perguruan tinggi luar negeri seperti Inggris dan Australia, Amerika Serikat, Malaysia, Filipina, Mesir, dan Yordania, dosen ekonomi Islam UIN SU juga terlibat aktif di berbagai kegiatan ekonomi Islam baik nasional maupun internasional. FEBI juga memanfaatkan dosen-dosen dan alumni dari praktisi lembaga keuangan syariah seperti Bank Muamalah Indonesia, Bank Syariah Mandiri, BPRS Amana Insan Cita, BRI Syariah, BPRS Puduarta Insani, Bursa Efek Indonesia, Bank Sumut, dll sehingga mahasiswa mendapatkan teori dan praktik yang lengkap.

## **b. Visi dan Misi FEBI UIN Sumatera Utara**

### **1) Visi FEBI**

Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara adalah: menjadi pusat keunggulan dalam pengkajian, pendidikan, dan penerapan ekonomi dan bisnis berdasarkan nilai-nilai Islam di Asia Tenggara Tahun 2039.

### **2) Misi FEBI**

- a) Melaksanakan dan mengembangkan pendidikan dan pengajaran ilmu ekonomi dan bisnis berdasarkan nilai-nilai Islam dengan menggunakan pendekatan integratif-transdisipliner.
- b) Melaksanakan dan menumbuhkan etos penelitian di kalangan civitas akademika FEBI. Hal ini penting dalam rangka

pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam sekaligus menjawab berbagai persoalan yang berkembang di masyarakat.

- c) Melaksanakan pengabdian masyarakat yang terencana, terprogram dan berkesinambungan dalam rangka mensosialisasikan dan menerapkan ajaran ekonomi dan bisnis Islam dalam kehidupan masyarakat.
- d) Membentuk mahasiswa dan alumni yang unggul, memiliki keunggulan moral dan spiritual, penguasaan ilmu ekonomi dan bisnis serta memiliki kemahiran dan keterampilan yang berguna dalam menjalankan profesinya.
- e) Menjalin kerjasama dan membangun jaringan yang konstruktif dan produktif dengan berbagai lembaga-lembaga yang mendukung pencapaian FEBI UIN Sumatera Utara.

## 2. Deskripsi Data Penelitian

### a. Uji Deskriptif

#### 1) Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah mahasiswa jurusan Perbankan Syariah FEBI UIN Sumatera Utara. Sampel penelitian ini sebanyak 83 orang. Deskriptif responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.1**

#### **Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

|       |           | <b>Jenis Kelamin</b> |         |                  |                       |
|-------|-----------|----------------------|---------|------------------|-----------------------|
|       |           | Frequenc<br>y        | Percent | Valid<br>Percent | Cumulative<br>Percent |
|       | Laki-Laki | 47                   | 56,6    | 56,6             | 56,6                  |
| Valid | Perempuan | 36                   | 43,4    | 43,4             | 100,0                 |
|       | Total     | 83                   | 100,0   | 100,0            |                       |

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Tabel di atas menjelaskan bahwa dari 83 orang responden, sebanyak 47 orang dengan persentase 56,6% berjenis kelamin laki-laki dan 36 orang dengan persentase 43,4% berjenis kelamin perempuan.

#### 2) Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah mahasiswa jurusan Perbankan Syariah FEBI UIN Sumatera Utara. Sampel penelitian ini sebanyak 83 orang. Deskriptif responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.2

**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia**

| Usia              |           |         |               |                    |
|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|                   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| 19-20 Tahun       | 41        | 49,4    | 49,4          | 49,4               |
| 20-21 Tahun       | 13        | 15,7    | 15,7          | 65,1               |
| Valid 21-22 Tahun | 13        | 15,7    | 15,7          | 80,7               |
| 22-23 Tahun       | 16        | 19,3    | 19,3          | 100,0              |
| Total             | 83        | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Tabel di atas menjelaskan bahwa dari 83 responden, sebanyak 41 orang dengan persentase 49,4% yang berusia 19-20 tahun, sebanyak 13 orang dengan persentase 15,7% yang berusia 20-21 tahun, sebanyak 13 orang dengan persentase 15,7% yang berusia 21-22 tahun, dan sebanyak 16 orang dengan persentase 19,3% yang berusia 22-23 tahun.

### 3) Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan *Mobile Banking*

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah mahasiswa jurusan Perbankan Syariah FEBI UIN Sumatera Utara. Sampel penelitian ini sebanyak 83 orang. Deskriptif responden berdasarkan lama menggunakan *mobile banking* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:



Tabel 4.3

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

| <b>Lama Menggunakan Mobile Banking</b> |           |         |               |                    |
|--|-----------|---------|---------------|--------------------|
|  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid                                  | 0-1 Tahun | 13      | 15,7          | 15,7               |
|  | 1-2 Tahun | 21      | 25,3          | 41,0               |
|  | 2-3 Tahun | 28      | 33,7          | 74,7               |
|  | 3-4 Tahun | 21      | 24,1          | 98,8               |
|  | Total     | 83      | 100,0         | 100,0              |

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Tabel di atas menjelaskan bahwa dari 83 responden, sebanyak 13 orang dengan persentase 15,7% telah menggunakan *mobile banking* selama 0-1 tahun, sebanyak 21 orang dengan persentase 25,3% telah menggunakan *mobile banking* selama 1-2 tahun, sebanyak 28 orang dengan persentase 33,7% telah menggunakan *mobile banking* selama 2-3 tahun, dan sebanyak 21 orang dengan persentase 24,1% telah menggunakan *mobile banking* selama 3-4 tahun.

**b. Analisis Statistik Deskriptif**

Deskriptif kategori variabel menggambarkan tanggapan responden mengenai Pengaruh Kegunaan, Kepercayaan, dan Resiko terhadap kurangnya Minat Penggunaan *Mobile Banking*. Analisis deskriptif ini terdiri dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai maksimum dan nilai minimum. Berikut ini adalah hasil analisis statistik deskriptif dari data penelitian ini yang diolah.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif**

| <b>Descriptive Statistics</b>      |    |         |         |         |                   |
|------------------------------------|----|---------|---------|---------|-------------------|
|                                    | N  | Minimum | Maximum | Mean    | Std.<br>Deviation |
| Kegunaan                           | 83 | 9,00    | 20,00   | 16,5060 | 2,30256           |
| Kepercayaan                        | 83 | 9,00    | 20,00   | 16,6024 | 2,20277           |
| Resiko                             | 83 | 9,00    | 20,00   | 16,8554 | 2,14779           |
| Minat Penggunaan<br>Mobile Banking | 83 | 10,00   | 20,00   | 16,7831 | 2,19783           |
| Valid N (listwise)                 | 83 |         |         |         |                   |

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel di atas terdapat 4 pertanyaan di setiap variabel dengan jumlah responden berjumlah 83 orang. Variabel Kegunaan (X1) responden memiliki nilai minimum 9 dan nilai maksimum 20. Nilai rata-rata Kegunaan masing-masing responden sebesar 16,506 dengan simpangan baku atau penyebaran rata-rata sebesar 2,302.

Variabel Kepercayaan (X2) responden memiliki nilai minimum 9 dan nilai maksimum 20. Nilai rata-rata Kepercayaan masing-masing responden sebesar 16,602 dengan simpangan baku atau penyebaran rata-rata sebesar 2,202.

Variabel Resiko (X3) responden memiliki nilai minimum 9 dan nilai maksimum 20. Nilai rata-rata Resiko masing-masing responden sebesar 16,855 dengan simpangan baku atau penyebaran rata-rata sebesar 2,147.

Variabel Minat (Y) responden memiliki nilai minimum 10 dan nilai maksimum 20. Nilai rata-rata Minat masing-masing responden sebesar 16,783 dengan simpangan baku atau penyebaran rata-rata sebesar 2,197.

### 3. Uji Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan sebagai alat pengumpul

data. Untuk uji validitas kuisioner dilakukan dengan membandingkan  $r$  hitung atau nilai *Pearson Correlation* dengan membandingkan nilai  $r$  tabel. Apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (dengan sig. 0,05), maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Jadi apabila nilai  $r$  hitung atau nilai *Pearson Correlation* lebih kecil dari nilai  $r$  tabel maka butir pertanyaan dalam kuisioner untuk variabel tersebut tidak valid atau jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (dengan sig. 0,05), maka kuisioner tersebut tidak valid.

Kuisioner penelitian ini diuji kepada 83 responden. Nilai  $r$  tabel untuk diuji dua sisi pada taraf signifikan  $\alpha = 0,05$ . Karena jumlah data ( $n$ ) 83 atau  $df$  (*degree of freedom*) = 81.  $df$  (*degree of freedom*) diperoleh dari jumlah responden dikurangi dengan 2 ( $df = n-2$ ) atau  $df = 83 - 2 = 81$ . Maka diperoleh  $r$  tabel sebesar 0,217. Hasil pengolahan uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas**

| Butir<br>Pertanyaan | Variabel  | R-Hitung | R-Tabel (Taraf<br>Sig. 5%) | Keterangan |
|---------------------|---|----------|----------------------------|------------|
| 1                   | Kegunaan (X1)                                       | 0,738    | 0,217                      | Valid      |
| 2                   |   | 0,845    | 0,217                      | Valid      |
| 3                   |   | 0,722    | 0,217                      | Valid      |
| 4                   |   | 0,813    | 0,217                      | Valid      |
| 1                   | Kepercayaan<br>(X2)                                 | 0,737    | 0,217                      | Valid      |
| 2                   |   | 0,745    | 0,217                      | Valid      |
| 3                   |   | 0,722    | 0,217                      | Valid      |
| 4                   |   | 0,781    | 0,217                      | Valid      |
| 1                   | Resiko<br>(X3)                                      | 0,737    | 0,217                      | Valid      |
| 2                   |   | 0,745    | 0,217                      | Valid      |
| 3                   |   | 0,722    | 0,217                      | Valid      |
| 4                   |   | 0,781    | 0,217                      | Valid      |
| 1                   | Minat<br>Penggunaan<br><i>Mobile Banking</i><br>(Y) | 0,761    | 0,217                      | Valid      |
| 2                   |   | 0,576    | 0,217                      | Valid      |
| 3                   |   | 0,773    | 0,217                      | Valid      |
| 4                   |   | 0,748    | 0,217                      | Valid      |

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

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 memenuhi syarat validitas.

#### b. Uji Reliabilitas

Selanjutnya terdapat uji reliabilitas. Suatu kuisioner dinyatakan reliabel jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu. Pengujian reliabilitas untuk variabel-variabel dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha*. Variabel-variabel dalam penelitian ini dapat dikategorikan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

**Tabel 4.6**

#### Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel                                   | <i>Cronbach's Alpha</i> | Batas Reliabilitas | Keterangan |
|--|-------------------------|--------------------|------------|
| Kegunaan (X1)                              | 0,782                   | 0,60               | Reliabel   |
| Kepercayaan (X2)                           | 0,732                   | 0,60               | Reliabel   |
| Resiko (X3)                                | 0,732                   | 0,60               | Reliabel   |
| Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Y) | 0,679                   | 0,60               | Reliabel   |

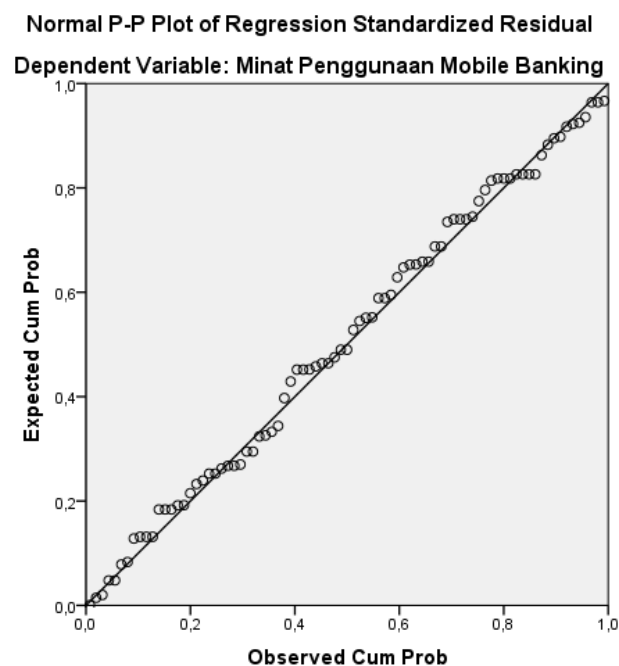
Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dan pernyataan pada semua variabel penelitian dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *cronbach's alpha* yang lebih besar dari 0,60.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada grafik normal *P-P Plot of Regression Standardized Residual*.



**Gambar 4.1**

##### Uji Normalitas dengan *P-Plot*

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan gambar 4.1 menunjukkan bahwa titik-titik atau pola menyebar di sekitar diagonal dan mengikuti diagonal tersebut sehingga data penelitian telah terdistribusi normal dan juga telah memenuhi model regresi yang baik.

Berikut ini hasil uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dan *p-value*.

Tabel 4.7

**Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogrov Smirnov***

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                | Unstandardized<br>Residual |
|----------------------------------|----------------|----------------------------|
| N                                |                | 83                         |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | 0E-7                       |
|                                  | Std. Deviation | 1,90712125                 |
| Most Extreme<br>Differences      | Absolute       | ,053                       |
|                                  | Positive       | ,037                       |
|                                  | Negative       | -,053                      |
| Kolmogorov-Smirnov Z             |                | ,485                       |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | ,973                       |

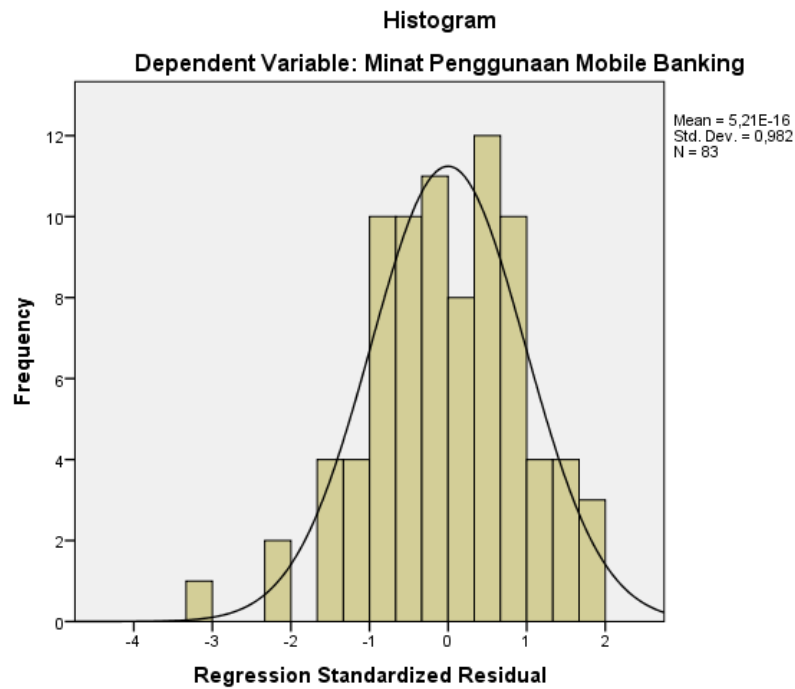
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel di atas, Baik dilihat dari hasil uji normalitas seluruh variabel menggunakan perhitungan *Kolmogrov-Smirnov* nilai *asymptotic significant (2-tailed)* atau *P-Value* nilainya sebesar 0,973 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data variabel telah berdistribusi normal.

Berikut ini hasil uji normalitas dengan menggunakan Histogram.



**Gambar 4.2**

### Uji Normalitas dengan Histogram

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

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

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factors*) Jika nilai VIF  $< 10,00$  maka tidak terjadi multikolonieritas. Jika nilai VIF  $> 10,00$  maka terjadi multikolonieritas. Dengan melihat nilai *tolerance* Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  artinya tidak terjadi multikolonieritas. Dan jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  artinya terjadi multikolonieritas.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

| Model |             | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      |                         |        |
|-------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|--------|
|       |             | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |        |
|       |             | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF    |
| 1     | (Constant)  | 8,476                       | 1,718      |                           | 4,932 | ,000 |                         |        |
|       | Kegunaan    | ,513                        | ,329       | ,537                      | 5,559 | ,003 | ,080                    | 12,467 |
|       | Kepercayaan | ,185                        | ,341       | ,185                      | 4,542 | ,009 | ,082                    | 12,230 |
|       | Resiko      | ,813                        | ,283       | ,795                      | 2,874 | ,005 | ,025                    | 8,022  |

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Mobile Banking

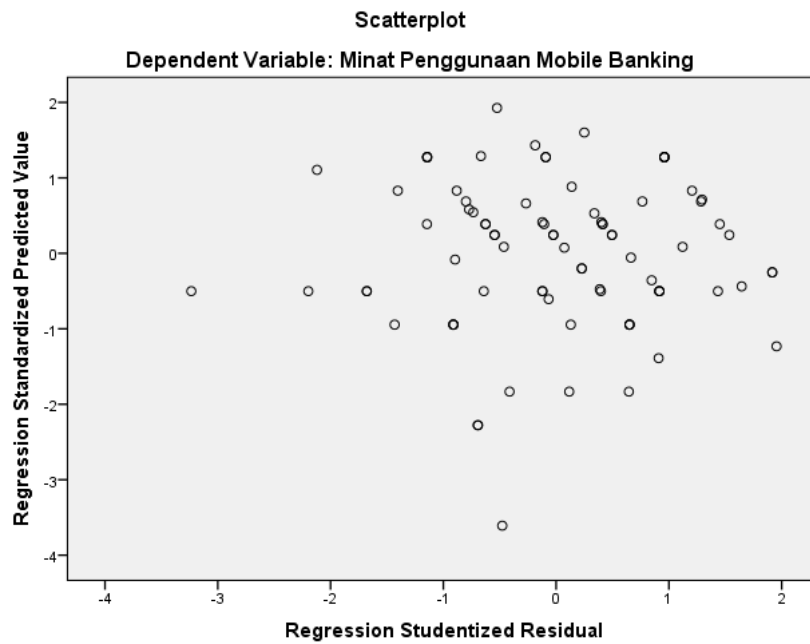
Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF untuk semua variabel independen  $< 10$  dan nilai *tolerance*  $> 0,1$ . Hal ini membuktikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat adanya multikolinearitas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu ke pengamat lain. Regresi yang baik harusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika *varians* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Jika titik-titik *scatter plot* membentuk pola-pola tertentu, maka mengindikasikan adanya heteroskedastisitas. Namun jika titik-titik menyebar di atas dan maka titik terdapat heteroskedastisitas.





**Gambar 4.3**

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan pola titik-titik pada grafik *scatter plot* tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah titik nol pada sumbu Y. Hal ini berarti pada model regresi penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi minat penggunaan *mobile banking*.

Serta Uji ini juga dilakukan dengan menggunakan uji glejser. Jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser**

|                |                         | Kegunaan                | Kepercayaan | Resiko | Unstandar<br>dized<br>Residual |       |
|----------------|-------------------------|-------------------------|-------------|--------|--------------------------------|-------|
| Spearman's rho | Kegunaan                | Correlation Coefficient | 1,000       | ,920** | ,899**                         | ,025  |
|                |                         | Sig. (2-tailed)         | .           | ,000   | ,000                           | ,819  |
|                |                         | N                       | 83          | 83     | 83                             | 83    |
|                | Kepercayaan             | Correlation Coefficient | ,920**      | 1,000  | ,880**                         | ,039  |
|                |                         | Sig. (2-tailed)         | ,000        | .      | ,000                           | ,728  |
|                |                         | N                       | 83          | 83     | 83                             | 83    |
|                | Resiko                  | Correlation Coefficient | ,899**      | ,880** | 1,000                          | ,003  |
|                |                         | Sig. (2-tailed)         | ,000        | ,000   | .                              | ,979  |
|                |                         | N                       | 83          | 83     | 83                             | 83    |
|                | Unstandardized Residual | Correlation Coefficient | ,025        | ,039   | ,003                           | 1,000 |
|                |                         | Sig. (2-tailed)         | ,819        | ,728   | ,979                           | .     |
|                |                         | N                       | 83          | 83     | 83                             | 83    |

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

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan hasil pengujian dengan *Spearman's Rho*, maka dapat dilihat :

- 1) Nilai Sig (2-tailed) X1 = 0,819 > 0,05
- 2) Nilai Sig (2-tailed) X2 = 0,728 > 0,05
- 3) Nilai Sig (2-tailed) X3 = 0,979 > 0,05

Maka kesimpulannya semua variabel X tidak ada terjadi gejala heteroskedastisitas, dikarenakan nilai signifikansi yang didapat dari setiap variabel X lebih besar dari 0,05.

## 5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam persamaan regresi linear berganda menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen Minat Penggunaan *Mobile Banking*

$\alpha$  : Konstanta

B : Koefisien dari variabel bebas (X)

X1 : Variabel Kegunaan

X2 : Variabel Kepercayaan

X3 : Variabel Resiko

e : Error

Berikut ini hasil dari uji analisis regresi linear berganda :

**Tabel 4.10**

### Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

| Model | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig.  | Collinearity Statistics |      |        |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|-------------------------|------|--------|
|       | B                           | Std. Error | Beta                      |      |       | Tolerance               | VIF  |        |
| 1     | (Constant)                  | 8,476      | 1,718                     |      | 4,932 | ,000                    |      |        |
|       | Kegunaan                    | ,513       | ,329                      | ,537 | 5,559 | ,003                    | ,080 | 12,467 |
|       | Kepercayaan                 | ,185       | ,341                      | ,185 | 4,542 | ,009                    | ,082 | 12,230 |
|       | Resiko                      | ,813       | ,283                      | ,795 | 2,874 | ,005                    | ,025 | 8,022  |

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Mobile Banking

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

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

$$\text{Maka : } Y = 8,476 + 0,513X_1 + 0,185X_2 + 0,813X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa :

- a. Nilai *constant* ( $a$ ) = 8,476 artinya apabila skor variabel Kegunaan, Kepercayaan, dan Resiko sama dengan nol, maka Minat Penggunaan *Mobile Banking* meningkat sebesar 8,476.
- b. Ketika variabel Kegunaan ( $X_1$ ) ditingkatkan sebesar 1%, maka minat penggunaan *mobile banking* akan meningkat sebesar 0,513 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan atau tidak mengalami perubahan.
- c. Ketika variabel Kepercayaan ( $X_2$ ) ditingkatkan sebesar 1%, maka minat penggunaan *mobile banking* akan meningkat sebesar 0,185 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan atau tidak mengalami perubahan.
- d. Ketika variabel Resiko ( $X_3$ ) ditingkatkan sebesar 1%, maka minat penggunaan *mobile banking* akan meningkat sebesar 0,813 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan atau tidak mengalami perubahan.

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda tersebut, dapat diketahui bahwa hubungan yang terjadi antara Kegunaan, Kepercayaan, dan Resiko dengan Minat Penggunaan *Mobile Banking* adalah hubungan yang positif, dimana ketika Kegunaan, Kepercayaan, dan Resiko ditingkatkan, maka akan berdampak pada Penggunaan *Mobile Banking*.

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji setiap variabel bebas ( $X$ ). Apakah Kegunaan ( $X_1$ ), Kepercayaan ( $X_2$ ), dan Resiko ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat Minat Penggunaan *Mobile Banking* ( $Y$ ). Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05 ditentukan sebagai berikut:

- 1)  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima.
- 2)  $t_{hitung} < t_{tabel}$  berarti  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak.

Uji t juga bisa dilihat pada tingkat signifikannya yaitu :

- 1) Jika tingkat signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima.
- 2) Jika tingkat signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak.

Nilai  $t_{\text{tabel}}$  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  $83 - 3 - 1 = 79$  ( $n$  adalah jumlah data dan  $k$  adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian dua sisi (signifikansi =  $0,025$ ) hasil yang diperoleh untuk  $t_{\text{tabel}}$  sebesar  $1,990$ .

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji  $t$  (Uji Parsial)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig.  | Collinearity Statistics |      |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|-------------------------|------|
|       | B                           | Std. Error | Beta                      |      |       | Tolerance               | VIF  |
| 1     | (Constant)                  | 8,476      | 1,718                     |      | 4,932 | ,000                    |      |
|       | Kegunaan                    | ,513       | ,329                      | ,537 | 5,559 | ,003                    | ,080 |
|       | Kepercayaan                 | ,185       | ,341                      | ,185 | 4,542 | ,009                    | ,082 |
|       | Resiko                      | ,813       | ,283                      | ,795 | 2,874 | ,005                    | ,025 |

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Mobile Banking

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Variabel Kegunaan ( $X_1$ ) dapat diketahui bahwa nilai  $t$  hitung sebesar  $5,559$  dengan signifikansi sebesar  $5\%$ . Karena  $t_{\text{hitung}}$  untuk variabel  $X_1$  ( $5,559$ ) lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  ( $1,990$ ) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa variabel Kegunaan ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* ( $Y$ ), sehingga membuktikan bahwa  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{o1}$  ditolak.

Variabel Variabel Kepercayaan ( $X_2$ ) dapat diketahui bahwa nilai  $t$  hitung sebesar  $4,542$  dengan signifikansi sebesar  $5\%$ . Karena  $t_{\text{hitung}}$  untuk variabel  $X_2$  ( $4,542$ ) lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  ( $1,990$ ) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,009 < 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa variabel Kepercayaan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* ( $Y$ ), sehingga membuktikan bahwa  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{o2}$  ditolak.

Variabel Resiko ( $X_3$ ) dapat diketahui bahwa nilai  $t$  hitung sebesar  $2,874$  dengan signifikansi sebesar  $5\%$ . Karena  $t_{\text{hitung}}$  untuk variabel  $X_3$  ( $2,874$ ) lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  ( $1,990$ ) dengan nilai signifikansi sebesar

$0,005 < 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa variabel Resiko ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* ( $Y$ ), sehingga membuktikan bahwa  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{o3}$  ditolak.

#### b. Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F atau uji simultan merupakan kelayakan model/uji statistik untuk menunjukkan apakah secara bersama-sama atau keseluruhan dari koefisien regresi variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Dengan tingkat simultan signifikan sebesar 5% atau 0,05.

Nilai F tabel untuk diuji pada taraf signifikan  $\alpha = 0,05$ . Dan cara menentukan F tabel yaitu  $df (n_1) = k-1$  atau  $4-1 = 3$ . Dan  $df (n_2) = n-k$  atau  $83-4 = 79$ . Maka dapat diperoleh Ftabel sebesar 2,72.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji F (Uji Simultan)**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |       |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig.              |
| 1                  | Regression | 97,853         | 3  | 32,618      | 8,640 | ,000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 298,243        | 79 | 3,775       |       |                   |
|                    | Total      | 396,096        | 82 |             |       |                   |

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Mobile Banking

b. Predictors: (Constant), Resiko, Kepercayaan, Kegunaan

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Dari hasil perhitungan dapat dilihat bahwa nilai signifikan adalah sebesar 0,000 dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 8,640. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $Sig < 0,05$ ) maka kesimpulannya adalah signifikan. Terlihat pada tabel di atas diperoleh nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05. Maka keputusannya adalah signifikan. Artinya  $H_{a4}$  diterima dan  $H_{o4}$  ditolak yang menunjukkan

secara bersama-sama (simultan) seluruh variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Untuk nilai  $F_{hitung}$  dalam persamaan ini sebesar 8,640 adapun untuk nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,72 maka  $F_{hitung}$  (8,640) lebih besar daripada  $F_{tabel}$  (2,72) sehingga keputusan  $H_{a4}$  diterima dan  $H_{o4}$  ditolak, yang artinya seluruh variabel bebas yang terdiri dari variabel Kegunaan, Kepercayaan, dan Lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, yaitu Minat Penggunaan *Mobile Banking*.

### c. Uji Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ )

Koefisien determinasi berganda digunakan untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

**Tabel 4.13**

#### Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                          | ,697 <sup>a</sup> | ,747     | ,718              | 1,94300                    |

a. Predictors: (Constant), Resiko, Kepercayaan, Kegunaan

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan Mobile Banking

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,747. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu Kegunaan, Kepercayaan, dan Resiko mampu menerangkan variabel terikat yaitu Minat Penggunaan *Mobile Banking*. sebesar 74,7% sisanya 25,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar model regresi.

## B. Pembahasan

### 1. Pengaruh Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, tabel pada uji t di atas menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,559 dengan signifikansi sebesar 5% nilai  $t_{tabel}$  untuk jumlah data sebesar 83 (n) dan variabel bebas (k) sebanyak 3 dengan taraf signifikan 5% maka diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,990. Kemudian kita membandingkan jika  $t_{hitung} >$  daripada  $t_{tabel}$  maka variabel tersebut dinyatakan signifikan. Karena  $t_{hitung}$  untuk variabel X1 (5,559) lebih Besar dari  $t_{tabel}$  (1,990) maka keputusannya  $H_{a1}$  diterima. Variabel Kegunaan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* (Y).

Dengan demikian hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Adi Pratama, et.al (2019) dengan judul penelitian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Empiris Pada Nasabah Perbankan Konvensional Di Kota Palu) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap niat dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*.

Persepsi kegunaan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk mempersulit para penggunanya, tetapi justru memudahkan seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Faktor kegunaan ini yang mendorong nasabah untuk menggunakan jasa layanan Mobile Banking. Para nasabah pengguna Mobile Banking mengatakan bahwa pengguna Mobile Banking sangatlah mempermudah memberikan keleluasaan dalam kegiatan transaksi keuangan semisalnya untuk mengecek informasi saldo tabungan, pembayaran tagihan (listrik, air, dsb), transaksi pembelian (Voucher Hp, PLN Prepaid), transaksi transfer uang hingga layanan lainnya dalam satu sentuhan dilayar telepon seluler tanpa harus menghabiskan waktu untuk pergi ke ATM, selain mempermudah transaksi keuangan, cara pengoperasiannya pun begitu mudah sehingga semua orang bisa menggunakannya.



## 2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, tabel pada uji t di atas menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,542 dengan signifikansi sebesar 5% nilai  $t_{tabel}$  untuk jumlah data sebesar 83 (n) dan variabel bebas (k) sebanyak 3 dengan taraf signifikan 5% maka diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,990. Kemudian kita membandingkan jika  $t_{hitung} >$  daripada  $t_{tabel}$  maka variabel tersebut dinyatakan signifikan. Karena  $t_{hitung}$  untuk variabel X2 (4,542) lebih Besar dari  $t_{tabel}$  (1,990) maka keputusannya  $H_a2$  diterima. Variabel Kepercayaan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* (Y).

Dengan demikian hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ida Ayu dan Ni Ketut Seminari (2018) dengan judul penelitian Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh (parsial) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking sendiri mereka terlebih dahulu melihat dari segi Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan bank untuk melindungi informasi pribadi yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang. Keamanan bertransaksi membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadi terjamin saat bertransaksi menggunakan layanan Mobile Banking. Keamanan data merupakan hal yang penting dalam hal menarik minat nasabah, agar para nasabah percaya bahwa bank tersebut menjaga dengan benar kerahasiaan para nasabahnya saat menggunakan layanan Mobile Banking. Sekarang para pengguna Mobile Banking tidak perlu merasa cemas dan khawatir dalam menggunakan Mobile Banking karena layanan Mobile Banking telah dilengkapi dengan sistem pengamanan yang dirancang untuk lebih menjagaprivasi pengguna Mobile Banking. Sehingga nantinya menimbulkan rasa percaya kepada aplikasi mobile banking sehingga mereka mau mencoba untuk menggunakan mobile banking dari sisi lain setelah dari kegunaanya sendiri yang sangat membantu.

### 3. Pengaruh Resiko Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, tabel pada uji t di atas menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,874 dengan signifikansi sebesar 5% nilai  $t_{tabel}$  untuk jumlah data sebesar 83 (n) dan variabel bebas (k) sebanyak 3 dengan taraf signifikan 5% maka diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,990. Kemudian kita membandingkan jika  $t_{hitung} >$  daripada  $t_{tabel}$  maka variabel tersebut dinyatakan signifikan. Karena  $t_{hitung}$  untuk variabel X3 (2,874) lebih Besar dari  $t_{tabel}$  (1,990) maka keputusannya  $H_{a3}$  diterima. Variabel Resiko (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* (Y).

Dengan demikian hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Gede Kt. Warmika (2016) dengan judul penelitian Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan *Mobile Commerce* Di Kota Denpasar menunjukkan bahwa Persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *Mobile Commerce* di Kota Denpasar.

Dengan baruaan teknologi yang baru ini resiko dari penggunaan mobile banking sendiri menjadi pertimbangan nasabah terkait dengan resiko yang mungkin timbul yang nantinya dapat menghilangkan data transaksi mereka beranggapan bahwa melihat dari segi kemanan sendiri bahwa, Keamanan bertransaksi membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadi terjamin saat bertransaksi menggunakan layanan Mobile Banking. Keamanan data merupakan hal yang penting dalam hal menarik minat nasabah, agar para nasabah percaya bahwa bank tersebut menjaga dengan benar kerahasiaan para nasabahnya saat menggunakan layanan Mobile Banking.

Penggunaan media internet dewasa ini tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satunya di industri jasa keuangan yakni sektor perbankan yang mengeluarkan layanan internet banking dan mobile banking yang memudahkan nasabah untuk melakukan kegiatan perbankan seperti transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, informasi nilai tukar, pembayaran (kartu kredit, rekening listrik, rekening telepon, asuransi), dan pembelian (pulsa isi ulang, saham)

Namun, layanan tersebut memiliki celah untuk dilakukannya kejahatan yang dilakukan oleh penjahat yang memiliki keahlian dalam penggunaan sistem atau yang sering disebut (*Cyber Crimer*). Bagi *Cyber Crimer*, kejahatan melalui *internet banking/mobile banking* dapat menjangkau jutaan calon korban dengan biaya yang tidak mahal. Kejahatan internet banking/ mobile banking ini telah merugikan banyak pengguna dan terus mengalami peningkatan.

Maraknya peretasan mobile banking makin menjadi perhatian lantaran banyaknya laporan peretasan yang terjadi beberapa waktu terakhir. Menurut berbagai penelitian, salah satu penyebab terjadinya peretasan mobile banking ini lantaran belum semua pengguna menerapkan perilaku digital yang aman. Dan solusi untuk memperkecil resiko yang terjadi ialah sebagai berikut :

- a. Menggunakan jaringan yang aman
- b. Menjaga kerahasiaan akun
- c. Mengaktifkan fitur autentikasi akun
- d. Sering mengupgrade aplikasi
- e. Gunakan aplikasi resmi

#### **4. Pengaruh Kegunaan, Kepercayaan, dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking***

Berdasarkan hasil uji F dari ketiga variabel bebas yaitu Kegunaan, Kepercayaan, dan Resiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*. Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya ditemukan pada tabel di atas bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 dan  $F_{hitung}$  adalah 8,640.

Dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka kesimpulannya adalah berpengaruh secara signifikan, selain itu kita bisa membandingkan antara nilai  $F_{hitung} >$  daripada  $F_{tabel}$  dengan menentukan model. Jika  $F_{hitung}$  dalam persamaan ini sebesar 8,640 adapun nilai  $F_{tabel}$  dalam jumlah data sebanyak 83, dengan jumlah variabel bebas sebanyak 3 variabel

dan variabel terikat sebanyak 1 variabel dengan taraf signifikan 5% maka diperoleh nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,72. Maka  $F_{hitung}$  (8,640) lebih besar daripada  $F_{tabel}$  (2,72) sehingga keputusan  $H_0$  diterima. Yang artinya seluruh variabel bebas yang terdiri dari Kegunaan, Kepercayaan, dan Resiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, yaitu Minat Penggunaan *Mobile Banking*.

Dengan demikian hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Adi Pratama, et.al (2019) dengan judul penelitian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Empiris Pada Nasabah Perbankan Konvensional Di Kota Palu) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kenyamanan berpengaruh positif terhadap niat dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menggunakan Tabungan iB Rencana. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pembahasan sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel Kegunaan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar 5,559 > t tabel sebesar 1,990 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 < 0,05. Sehingga membuktikan bahwa Ha1 diterima dan Ho1 ditolak.
2. Variabel Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar 4,542 > t tabel sebesar 1,990 dengan nilai signifikansi sebesar 0,009 < 0,05. Sehingga membuktikan bahwa Ha2 diterima dan Ho2 ditolak.
3. Variabel Resiko berpengaruh terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar 2,874 > t tabel sebesar 1,990 dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 < 0,05. Sehingga membuktikan bahwa Ha3 diterima dan Ho4 ditolak.
4. Variabel Kegunaan, Kepercayaan, dan Resiko berpengaruh secara simultan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung sebesar 8,640 > F tabel sebesar 2,72 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga membuktikan bahwa Ha4 diterima dan Ho4 ditolak.

#### B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan adanya beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Perbankan Syariah

Pengondisian teknologi informasi pada industri di dunia perbankan syariah sekarang mampu meningkatkan pelayanan kepada nasabah, dengan adanya sistem yang dikeluarkan oleh bank tentu sangat menarik minat nasabah untuk menggunakan aplikasi tersebut. Dalam hal ini mencerminkan bahwa canggihnya aplikasi yang dikeluarkan untuk mempermudah pelayanan terhadap nasabah. Bank syariah tentunya harus lebih berupaya dalam menarik nasabah dan memberikan kepuasan dan kenyamanan terhadap aplikasi yang canggih dan akhirnya akan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan pada *mobile banking*.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini bisa dijadikan bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus selain jurnal dan buku yang sudah ada. Selain itu pihak kampus harus selalu meningkatkan kualitas karya hasil penelitian bagi semua mahasiswanya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini bisa dilakukan tidak hanya terbatas pada mahasiswa perbankan syariah uinsu saja, namun bisa diperluas atau di kembangkan bagi penelitian yang sama dengan perspektif yang berbeda dan melacak kasus-kasus dimana hubungan linear pengetahuan dan lokasi yang tidak secara menyeluruh mengakibatkan kurangnya minat masyarakat, yang berarti ada faktor lain diluar pengetahuan dan lokasi. Selain itu bisa memakai variabel lebih banyak dan variatif.

4. Bagi Generasi Millennial Pengguna *Mobile Banking*

Nasabah harus mempercayai bank syariah, karena bank syariah menjalankan transaksi sesuai prinsip Islam dan nasabah pengguna *mobile banking* harus tetap berhati-hati ketika melakukan transaksi, karena tidak semua menjadi tanggung jawab pihak bank.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agrippina, Patricia. "Proposal Studi Kelayakan Bisnis Indomiestant (Indonesia Millennial Assistant) di Jakarta Pusat." Universitas Pelita Harapan, 2021.
- Akmal Tarigan, Azhari, Muhammad Yafiz, Isnaini Harahap, Marliyah, Chuzaimah Batubara, M Ridwan, Nurlaila Harahap, et al. *Buku Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*. Medan: Febi Press UINSU, 2015.
- Astuti, Tri, dan Rr Indah Mustikawati. "Pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah." *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen* 2, no. 1 (2013): 182–198.
- Bi Rahmani, Nur Ahmadi. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: Febi Press UINSU, 2016.
- Damanik, Destari Nurlaila. "PENGARUH NON PERFORMING FINANCING (NPF), FINANCING TO DEPOSIT RATIO (FDR) DAN OPERATIONAL EFFICIENCY RATIO (OER) TERHADAP PROFITABILITAS BANK UMUM SYARIAH," 2019.
- Dewi, Ni Made Ari Puspita, dan I Gde Ketut Warmika. "Peran persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi resiko terhadap niat menggunakan mobile commerce di kota Denpasar." Udayana University, 2016.
- Dzulhaida, Ratna, dan Refi Rifaldi Windya Giri. "Analisis minat masyarakat terhadap penggunaan layanan e-money di indonesia dengan menggunakan model modifikasi unified theory of acceptance and use technology 2 (utaut 2)." *Majalah Ilmiah UNIKOM* 15 (2018).
- Fakhrurozi, Akhmad, dan Dr S E Zulfikar. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta." Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018.
- Fakhrurrazi, A. "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta." *Jurnal Universitas Muhammadiyah* (2018).
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP, 2009.
- . *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- H Timotius, Chris. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2017.
- Hadi, Syamsul, dan Novi Novi. "Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking." *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan* 5,

no. 1 (2015): 55–65.

Hamdiah, Vidairotul. *Wawancara Kepada Orang Aceh Yang Menggunakan Bank Aceh Syariah*. Kota Subulussalam, n.d.

Hamzah, Ardi. “Evaluasi kesesuaian model berperilaku dalam penggunaan Teknologi sistem informasi di Indonesia.” In *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*, 2009.

Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sykmana, dan Nur Hikmatul Auliya. “Buku metode penelitian kualitatif & kuantitatif.” *Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group* (2020).

Harmain, Hendra, Anggriyani Anggriyani, Rasidah Rasidah, Nurlaila Nurlaila, Hastuti Olivia, Desy Farina, Herry Wahyudi, dan Laylan Syafina. “Akuntansi Syariah Di Indonesia” (2019).

Ikhsan, Arfan. “Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen.” Citapustaka Media, 2014.

Indonesia, Kementerian Agama Republik. *Al-Qur’an Terjemah Tafsir Bil Hadis*. Bandung: Cordoba, 2019.

Jayantari, Ida Ayu Agung Upadianti, dan Ni Ketut Seminari. “Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar.” Udayana University, 2018.

Jogiyanto, Hartono M. “Sistem informasi berperilaku.” *Yogyakarta: Andi Offset* (2007).

Kambuaya, Carlos. “Pengaruh motivasi, minat, kedisiplinan dan adaptasi diri terhadap prestasi belajar siswa peserta program afirmasi pendidikan menengah asal Papua dan Papua Barat di Kota Bandung.” *SHARE: Social Work Journal* 5, no. 2 (2015).

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. “Prinsip-prinsip Pemasaran, edisi kedelapan.” *Jakarta: Erlangga* 197 (2001).

Kurniawati, Hanif Astika, Alfi Arif, dan Wahyu Agus Winarno. “Analisis minat penggunaan mobile banking dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang telah dimodifikasi.” *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 4, no. 1 (2017): 24–29.

Laksana, Giga Bawa. “Pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian terhadap minat menggunakan mobile banking (studi pada nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 26, no. 2 (2015).



- Lubis, Eva Riyanty. *Panduan Cepat dan Mudah Belajar Internet Marketing*. Bhuana Ilmu Populer, 2018.
- Mahkota, Andy Putra. “Pengaruh kepercayaan dan kenyamanan terhadap keputusan pembelian online (studi pada pelanggan Website Ride Inc).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 8, no. 2 (2014).
- Mainata, Dedy. “Analytical Tools dan SWOT Analysis Penggunaan M-Banking Perbankan Syariah di Indonesia.” *Al-Tijary* 3, no. 2 (2018): 145–164.
- Maulana, Rian, Iskandar Iskandar, dan Masrura Mailany. “Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model.” *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi* 2, no. 2 (2019): 146–155.
- McKnight, D Harrison, Vivek Choudhury, dan Charles Kacmar. “The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site: a trust building model.” *The journal of strategic information systems* 11, no. 3–4 (2002): 297–323.
- Nasution, Muhammad Lathief Ilhamy. “Manajemen pembiayaan bank syariah” (2018): h. 12.
- Nugroho, Cahyo Aji, dan Pairun Roniwijaya. “Pengaruh Prestasi Praktik Kerja Industri Dan Motivasi Belajar Praktik Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas Xii Jurusan Teknik Kendaraan Ringan Smkn I Sedayu Bantul 2013/2014.” *Jurnal Taman Vokasi* 1, no. 2 (2013).
- Pendidikan, Eurika. “Pengertian Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Empirik.” Diakses September 11, 2020. <https://eurekapedidikan.com/pengertian-uji-validitas-dan-reliabilitas-empirik-teoritik>.
- Pratama, Adi, F Saleh, Femilia Zahra, dan Nadhira Afdhalia. “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat dalam Menggunakan Mobile Banking.” *Jurnal Akun Nabelo: Jurnal Akuntansi Netral, Akuntabel, Objektif* 2 (2019): 1–5.
- Respati, Harianto. “Pengendalian Teknologi Informasi Bank Pada Era Cyberbanking.” *Jurnal Ekonomi MODERNISASI Fakultas Ekonomi – Universitas Kanjuruhan Malang* 4 (2008): 240–248. <http://ejournal.ukanjuruhan.ac.id>.
- Rizwanto, Natak. “Analisis Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Pengelolaan Keuangan Daerah Terhadap Kinerja Pemerintah Daerah Kabupaten Jember Analysis.” *Artikel Ilmiah Mahasiswa* (2016).
- Rukhviyanti, Novi. “Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking (M-Banking): Model Kombinasi Technology Acceptance Model (Tam) Dan Theory Of Planned Behavior (Tpb).” *Jurnal Informasi* 7, no. 1 (2017).

- Saleh, Abdul Rahman, dan Muhib Abdul Wahab. “Psikologi suatu pengantar” (2019).
- Saling, Zuhrial M. Nawawi, Rini Rahmawati, Novika Rosari, Sri Ramadhani, dan Rusniati. “Pengantar Bisnis.” 23. Medan: Madenatera, 2018.
- Sari, F K, N Safitri, dan W Anggraini. “Trust on Sharia M-Banking: Evidance on Milenials Generations.” *Journal of Islamic Economic Scholar* (2019).
- Shaikh, Aijaz A, Richard Glavee-Geo, dan Heikki Karjaluo. “How relevant are risk perceptions, effort, and performance expectancy in mobile banking adoption?” In *Research Anthology on Securing Mobile Technologies and Applications*, 692–716. IGI Global, 2021.
- Sinulingga, Sukaria. *Metodologi Penelitian*. Medan: USU Press, 2015.
- Siregar, Syofian. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press, 2016.
- Soemitra, Andri. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Prenada Media, 2017.
- Sujarweni, V Wiratna. “Analisis Laporan Keuangan; Teori, Aplikasi, dan Hasil Penelitian” (2017).
- Sulianto. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2006.
- Supriyanto, Achmad Sani. “Metodologi riset manajemen Sumber daya Manusia.” UIN-maliki Press, 2010.
- Suyanto, Suyanto, dan Taufan Adi Kurniawan. “Faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan penggunaan fintech pada UMKM dengan menggunakan technology acceptance model (TAM).” *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 16, no. 1 (2019).
- Syafina, Laylan. “Panduan penelitian kuantitatif akuntansi.” Medan: Febi Press, 2018.
- Syariah, A Wangsawidjaja Z Pembiayaan Bank. “Jakarta: PT.” *Gramedia Pustaka Utama* (2012).
- Umar, Husein. “Metode Penelitian untuk skripsi dan tesis Bisnis edisi Kedua.” *Jakarta: PT RajaGrafindo Persada* (2008).
- Undang-Undang, R I. “No. 21 Tahun. 2008 Perbankan Syariah.” Jakarta, n.d.
- Wibowo, Setyo Ferry, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta).” *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 6, no. 1 (2015): 440–456.

Yusmad, Muammar Arafat. *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*. Deepublish, 2018.

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **Lampiran I**

#### **KUISIONER PENELITIAN**

#### **ANALISIS FAKTOR KEGUNAAN, KEPERCAYAAN, DAN RESIKO TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* PADA GENERASI MILENEAL (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN SUMATERA UTARA)**

Saya memohon kesediaan teman-teman agar sudi kiranya memberikan tanggapan atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner ini. Informasi yang teman-teman berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan penelitian skripsi saya. Dan saya menjamin serta bertanggung jawab atas informasi yang teman-teman berikan adalah untuk kepentingan akademis semata. Atas bantuan dan perhatian yang teman-teman berikan, saya ucapkan Terima Kasih.

(Rahmadi Ahmad)

#### **Petunjuk Pengisian**

Cara pengisian kuisisioner ini adalah dengan memilih salah satu jawaban yang sesuai menurut Teman-teman untuk masing-masing pertanyaan yang tersedia pada lembaran daftar kuisisioner. Teman-teman cukup memberikan tanda centang (✓) pada kolom kode jawaban yang tersedia yaitu : SS, S, N, TS, dan STS. Adapun skor untuk masing-masing jawaban adalah sebagai berikut :

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Skor 2 = Tidak Setuju (TS)

Skor 3 = Netral (N)

Skor 4 = Setuju (S)

Skor 5 = Sangat Setuju (SS)

## IDENTITAS RESPONDEN

Berikut ini terdapat beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan Identitas Teman-teman, mohon dilengkapi dengan mengisititik-titik dan memberi tanda silang pada pilihan jawaban yang tersedia.

Nama Responden : .....

Umur Responden : ..... Tahun

Jenis kelamin : .....

Lama Menggunakan *Mobile Banking*: ..... Tahun

## DAFTAR PERTANYAAN KUISIONER

### 1. KEGUNAAN (X1)

| No. | Pertanyaan   | Penilaian |   |   |    |     |
|-----|--|-----------|---|---|----|-----|
|     |  | SS        | S | N | TS | STS |
| 1   | Saya merasa layanan <i>mobile banking</i> efektif untuk digunakan dalam bertransaksi.                                  |           |   |   |    |     |
| 2   | <i>Mobile Banking</i> berguna untuk melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja.                                    |           |   |   |    |     |
| 3   | Saya merasa menggunakan layanan <i>mobile banking</i> sangat fleksibel.  |           |   |   |    |     |
| 4   | Kinerja <i>mobile banking</i> pada bank syariah lebih aman dibandingkan dengan penggunaan layanan bank konven lainnya. |           |   |   |    |     |

### 2. KEPERCAYAAN (X2)

| No. | Pertanyaan  | Penilaian |   |   |    |     |
|-----|---|-----------|---|---|----|-----|
|     |   | SS        | S | N | TS | STS |
| 1   | Saya yakin <i>mobile banking</i> bank syariah lebih dapat dipercaya dibandingkan dengan penggunaan layanan bank konven lainnya. |           |   |   |    |     |
| 2   | <i>Mobile Banking</i> bank syariah adalah merek yang dapat dipercaya.   |           |   |   |    |     |
| 3   | <i>Mobile Banking</i> bank syariah memiliki reputasi baik di pasaran.   |           |   |   |    |     |
| 4   | <i>Mobile Banking</i> bank syariah sudah diakui oleh banyak orang dan disukai.  |           |   |   |    |     |

### 3. RESIKO (X3)

| No. | Pertanyaan   | Penilaian |   |   |    |     |
|-----|--|-----------|---|---|----|-----|
|     |  | SS        | S | N | TS | STS |
| 1   | Menurut saya transaksi melalui <i>Mobile Banking</i> tidak memiliki risiko yang tinggi.          |           |   |   |    |     |
| 2   | Gangguan dalam layanan <i>Mobile Banking</i> sangat rendah.                                      |           |   |   |    |     |
| 3   | Orang lain akan mengetahui informasi mengenai transaksi <i>Mobile Banking</i> saya.              |           |   |   |    |     |
| 4   | Bank syariah menjamin kebutuhan nasabah yang melakukan transaksi melalui <i>Mobile Banking</i> . |           |   |   |    |     |

### 4. MINAT PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* (Y)

| No. | Pertanyaan   | Penilaian |   |   |    |     |
|-----|--|-----------|---|---|----|-----|
|     |  | SS        | S | N | TS | STS |
| 1   | Saya ingin selalu menggunakan <i>Mobile Banking</i> .  |           |   |   |    |     |
| 2   | Saya berencana untuk menggunakan <i>Mobile Banking</i> pada setiap kali kesempatan transaksi.                      |           |   |   |    |     |
| 3   | Saya merencanakan untuk melanjutkan penggunaan <i>Mobile Banking</i> karena membuat transaksi lebih mudah          |           |   |   |    |     |
| 4   | Saya selalu ingin mencoba untuk menggunakan <i>Mobile Banking</i> dengan lebih sering daripada orang awan lainnya. |           |   |   |    |     |

## LAMPIRAN II

### Tabel F, Tabel t, dan Tabel R

#### 1. Tabel F

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

| df untuk penyebut (N2) | df untuk pembilang (N1) |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|------------------------|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                        | 1                       | 2     | 3     | 4     | 5     | 6     | 7     | 8     | 9     | 10    | 11    | 12    | 13    | 14    | 15    |
| 1                      | 161                     | 199   | 216   | 225   | 230   | 234   | 237   | 239   | 241   | 242   | 243   | 244   | 245   | 245   | 246   |
| 2                      | 18.51                   | 19.00 | 19.16 | 19.25 | 19.30 | 19.33 | 19.35 | 19.37 | 19.38 | 19.40 | 19.40 | 19.41 | 19.42 | 19.42 | 19.43 |
| 3                      | 10.13                   | 9.55  | 9.28  | 9.12  | 9.01  | 8.94  | 8.89  | 8.85  | 8.81  | 8.79  | 8.76  | 8.74  | 8.73  | 8.71  | 8.70  |
| 4                      | 7.71                    | 6.94  | 6.59  | 6.39  | 6.26  | 6.16  | 6.09  | 6.04  | 6.00  | 5.96  | 5.94  | 5.91  | 5.89  | 5.87  | 5.86  |
| 5                      | 6.61                    | 5.79  | 5.41  | 5.19  | 5.05  | 4.95  | 4.88  | 4.82  | 4.77  | 4.74  | 4.70  | 4.68  | 4.66  | 4.64  | 4.62  |
| 6                      | 5.99                    | 5.14  | 4.76  | 4.53  | 4.39  | 4.28  | 4.21  | 4.15  | 4.10  | 4.06  | 4.03  | 4.00  | 3.98  | 3.96  | 3.94  |
| 7                      | 5.59                    | 4.74  | 4.35  | 4.12  | 3.97  | 3.87  | 3.79  | 3.73  | 3.68  | 3.64  | 3.60  | 3.57  | 3.55  | 3.53  | 3.51  |
| 8                      | 5.32                    | 4.46  | 4.07  | 3.84  | 3.69  | 3.58  | 3.50  | 3.44  | 3.39  | 3.35  | 3.31  | 3.28  | 3.26  | 3.24  | 3.22  |
| 9                      | 5.12                    | 4.26  | 3.86  | 3.63  | 3.48  | 3.37  | 3.29  | 3.23  | 3.18  | 3.14  | 3.10  | 3.07  | 3.05  | 3.03  | 3.01  |
| 10                     | 4.96                    | 4.10  | 3.71  | 3.48  | 3.33  | 3.22  | 3.14  | 3.07  | 3.02  | 2.98  | 2.94  | 2.91  | 2.89  | 2.86  | 2.85  |
| 11                     | 4.84                    | 3.98  | 3.59  | 3.36  | 3.20  | 3.09  | 3.01  | 2.95  | 2.90  | 2.85  | 2.82  | 2.79  | 2.76  | 2.74  | 2.72  |
| 12                     | 4.75                    | 3.89  | 3.49  | 3.26  | 3.11  | 3.00  | 2.91  | 2.85  | 2.80  | 2.75  | 2.72  | 2.69  | 2.66  | 2.64  | 2.62  |
| 13                     | 4.67                    | 3.81  | 3.41  | 3.18  | 3.03  | 2.92  | 2.83  | 2.77  | 2.71  | 2.67  | 2.63  | 2.60  | 2.58  | 2.55  | 2.53  |
| 14                     | 4.60                    | 3.74  | 3.34  | 3.11  | 2.96  | 2.85  | 2.76  | 2.70  | 2.65  | 2.60  | 2.57  | 2.53  | 2.51  | 2.48  | 2.46  |
| 15                     | 4.54                    | 3.68  | 3.29  | 3.06  | 2.90  | 2.79  | 2.71  | 2.64  | 2.59  | 2.54  | 2.51  | 2.48  | 2.45  | 2.42  | 2.40  |
| 16                     | 4.49                    | 3.63  | 3.24  | 3.01  | 2.85  | 2.74  | 2.66  | 2.59  | 2.54  | 2.49  | 2.46  | 2.42  | 2.40  | 2.37  | 2.35  |
| 17                     | 4.45                    | 3.59  | 3.20  | 2.96  | 2.81  | 2.70  | 2.61  | 2.55  | 2.49  | 2.45  | 2.41  | 2.38  | 2.35  | 2.33  | 2.31  |
| 18                     | 4.41                    | 3.55  | 3.16  | 2.93  | 2.77  | 2.66  | 2.58  | 2.51  | 2.46  | 2.41  | 2.37  | 2.34  | 2.31  | 2.29  | 2.27  |
| 19                     | 4.38                    | 3.52  | 3.13  | 2.90  | 2.74  | 2.63  | 2.54  | 2.48  | 2.42  | 2.38  | 2.34  | 2.31  | 2.28  | 2.26  | 2.23  |
| 20                     | 4.35                    | 3.49  | 3.10  | 2.87  | 2.71  | 2.60  | 2.51  | 2.45  | 2.39  | 2.35  | 2.31  | 2.28  | 2.25  | 2.22  | 2.20  |
| 21                     | 4.32                    | 3.47  | 3.07  | 2.84  | 2.68  | 2.57  | 2.49  | 2.42  | 2.37  | 2.32  | 2.28  | 2.25  | 2.22  | 2.20  | 2.18  |
| 22                     | 4.30                    | 3.44  | 3.05  | 2.82  | 2.66  | 2.55  | 2.46  | 2.40  | 2.34  | 2.30  | 2.26  | 2.23  | 2.20  | 2.17  | 2.15  |
| 23                     | 4.28                    | 3.42  | 3.03  | 2.80  | 2.64  | 2.53  | 2.44  | 2.37  | 2.32  | 2.27  | 2.24  | 2.20  | 2.18  | 2.15  | 2.13  |
| 24                     | 4.26                    | 3.40  | 3.01  | 2.78  | 2.62  | 2.51  | 2.42  | 2.36  | 2.30  | 2.25  | 2.22  | 2.18  | 2.15  | 2.13  | 2.11  |
| 25                     | 4.24                    | 3.39  | 2.99  | 2.76  | 2.60  | 2.49  | 2.40  | 2.34  | 2.28  | 2.24  | 2.20  | 2.16  | 2.14  | 2.11  | 2.09  |
| 26                     | 4.23                    | 3.37  | 2.98  | 2.74  | 2.59  | 2.47  | 2.39  | 2.32  | 2.27  | 2.22  | 2.18  | 2.15  | 2.12  | 2.09  | 2.07  |
| 27                     | 4.21                    | 3.35  | 2.96  | 2.73  | 2.57  | 2.46  | 2.37  | 2.31  | 2.25  | 2.20  | 2.17  | 2.13  | 2.10  | 2.08  | 2.06  |
| 28                     | 4.20                    | 3.34  | 2.95  | 2.71  | 2.56  | 2.45  | 2.36  | 2.29  | 2.24  | 2.19  | 2.15  | 2.12  | 2.09  | 2.06  | 2.04  |
| 29                     | 4.18                    | 3.33  | 2.93  | 2.70  | 2.55  | 2.43  | 2.35  | 2.28  | 2.22  | 2.18  | 2.14  | 2.10  | 2.08  | 2.05  | 2.03  |
| 30                     | 4.17                    | 3.32  | 2.92  | 2.69  | 2.53  | 2.42  | 2.33  | 2.27  | 2.21  | 2.16  | 2.13  | 2.09  | 2.06  | 2.04  | 2.01  |
| 31                     | 4.16                    | 3.30  | 2.91  | 2.68  | 2.52  | 2.41  | 2.32  | 2.25  | 2.20  | 2.15  | 2.11  | 2.08  | 2.05  | 2.03  | 2.00  |
| 32                     | 4.15                    | 3.29  | 2.90  | 2.67  | 2.51  | 2.40  | 2.31  | 2.24  | 2.19  | 2.14  | 2.10  | 2.07  | 2.04  | 2.01  | 1.99  |
| 33                     | 4.14                    | 3.28  | 2.89  | 2.66  | 2.50  | 2.39  | 2.30  | 2.23  | 2.18  | 2.13  | 2.09  | 2.06  | 2.03  | 2.00  | 1.98  |
| 34                     | 4.13                    | 3.28  | 2.88  | 2.65  | 2.49  | 2.38  | 2.29  | 2.23  | 2.17  | 2.12  | 2.08  | 2.05  | 2.02  | 1.99  | 1.97  |
| 35                     | 4.12                    | 3.27  | 2.87  | 2.64  | 2.49  | 2.37  | 2.29  | 2.22  | 2.16  | 2.11  | 2.07  | 2.04  | 2.01  | 1.99  | 1.96  |
| 36                     | 4.11                    | 3.26  | 2.87  | 2.63  | 2.48  | 2.36  | 2.28  | 2.21  | 2.15  | 2.11  | 2.07  | 2.03  | 2.00  | 1.98  | 1.95  |



|    |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 37 | 4.11 | 3.25 | 2.86 | 2.63 | 2.47 | 2.36 | 2.27 | 2.20 | 2.14 | 2.10 | 2.06 | 2.02 | 2.00 | 1.97 | 1.95 |
| 38 | 4.10 | 3.24 | 2.85 | 2.62 | 2.46 | 2.35 | 2.26 | 2.19 | 2.14 | 2.09 | 2.05 | 2.02 | 1.99 | 1.96 | 1.94 |
| 39 | 4.09 | 3.24 | 2.85 | 2.61 | 2.46 | 2.34 | 2.26 | 2.19 | 2.13 | 2.08 | 2.04 | 2.01 | 1.98 | 1.95 | 1.93 |
| 40 | 4.08 | 3.23 | 2.84 | 2.61 | 2.45 | 2.34 | 2.25 | 2.18 | 2.12 | 2.08 | 2.04 | 2.00 | 1.97 | 1.95 | 1.92 |
| 41 | 4.08 | 3.23 | 2.83 | 2.60 | 2.44 | 2.33 | 2.24 | 2.17 | 2.12 | 2.07 | 2.03 | 2.00 | 1.97 | 1.94 | 1.92 |
| 42 | 4.07 | 3.22 | 2.83 | 2.59 | 2.44 | 2.32 | 2.24 | 2.17 | 2.11 | 2.06 | 2.03 | 1.99 | 1.96 | 1.94 | 1.91 |
| 43 | 4.07 | 3.21 | 2.82 | 2.59 | 2.43 | 2.32 | 2.23 | 2.16 | 2.11 | 2.06 | 2.02 | 1.99 | 1.96 | 1.93 | 1.91 |
| 44 | 4.06 | 3.21 | 2.82 | 2.58 | 2.43 | 2.31 | 2.23 | 2.16 | 2.10 | 2.05 | 2.01 | 1.98 | 1.95 | 1.92 | 1.90 |
| 45 | 4.06 | 3.20 | 2.81 | 2.58 | 2.42 | 2.31 | 2.22 | 2.15 | 2.10 | 2.05 | 2.01 | 1.97 | 1.94 | 1.92 | 1.89 |
| 46 | 4.05 | 3.20 | 2.81 | 2.57 | 2.42 | 2.30 | 2.22 | 2.15 | 2.09 | 2.04 | 2.00 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.89 |
| 47 | 4.05 | 3.20 | 2.80 | 2.57 | 2.41 | 2.30 | 2.21 | 2.14 | 2.09 | 2.04 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.91 | 1.88 |
| 48 | 4.04 | 3.19 | 2.80 | 2.57 | 2.41 | 2.29 | 2.21 | 2.14 | 2.08 | 2.03 | 1.99 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.88 |
| 49 | 4.04 | 3.19 | 2.79 | 2.56 | 2.40 | 2.29 | 2.20 | 2.13 | 2.08 | 2.03 | 1.99 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.88 |
| 50 | 4.03 | 3.18 | 2.79 | 2.56 | 2.40 | 2.29 | 2.20 | 2.13 | 2.07 | 2.03 | 1.99 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.87 |
| 51 | 4.03 | 3.18 | 2.79 | 2.55 | 2.40 | 2.28 | 2.20 | 2.13 | 2.07 | 2.02 | 1.98 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.87 |
| 52 | 4.03 | 3.18 | 2.78 | 2.55 | 2.39 | 2.28 | 2.19 | 2.12 | 2.07 | 2.02 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.89 | 1.86 |
| 53 | 4.02 | 3.17 | 2.78 | 2.55 | 2.39 | 2.28 | 2.19 | 2.12 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.86 |
| 54 | 4.02 | 3.17 | 2.78 | 2.54 | 2.39 | 2.27 | 2.18 | 2.12 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.86 |
| 55 | 4.02 | 3.16 | 2.77 | 2.54 | 2.38 | 2.27 | 2.18 | 2.11 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.88 | 1.85 |
| 56 | 4.01 | 3.16 | 2.77 | 2.54 | 2.38 | 2.27 | 2.18 | 2.11 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.85 |
| 57 | 4.01 | 3.16 | 2.77 | 2.53 | 2.38 | 2.26 | 2.18 | 2.11 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.85 |
| 58 | 4.01 | 3.16 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.26 | 2.17 | 2.10 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.87 | 1.84 |
| 59 | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.26 | 2.17 | 2.10 | 2.04 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.84 |
| 60 | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.25 | 2.17 | 2.10 | 2.04 | 1.99 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.84 |
| 61 | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.52 | 2.37 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.04 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.86 | 1.83 |
| 62 | 4.00 | 3.15 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| 63 | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| 64 | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.24 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| 65 | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.51 | 2.36 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.85 | 1.82 |
| 66 | 3.99 | 3.14 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| 67 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.98 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| 68 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| 69 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.50 | 2.35 | 2.23 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.86 | 1.84 | 1.81 |
| 70 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.50 | 2.35 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.84 | 1.81 |
| 71 | 3.98 | 3.13 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| 72 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| 73 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| 74 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.22 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.85 | 1.83 | 1.80 |
| 75 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.49 | 2.34 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.83 | 1.80 |
| 76 | 3.97 | 3.12 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| 77 | 3.97 | 3.12 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| 78 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| 79 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 |
| 80 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.21 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.84 | 1.82 | 1.79 |
| 81 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.48 | 2.33 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.82 | 1.79 |
| 82 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.48 | 2.33 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| 83 | 3.96 | 3.11 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| 84 | 3.95 | 3.11 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.95 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| 85 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| 86 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 |

|           |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>87</b> | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.20 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.83 | 1.81 | 1.78 |
| <b>88</b> | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.20 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.81 | 1.78 |
| <b>89</b> | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.47 | 2.32 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| <b>90</b> | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.47 | 2.32 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |

## 2. Tabel t

| <b>Pr</b> | <b>0.25</b> | <b>0.10</b> | <b>0.05</b> | <b>0.025</b> | <b>0.01</b> | <b>0.005</b> | <b>0.001</b> |
|-----------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|--------------|--------------|
| <b>df</b> | <b>0.50</b> | <b>0.20</b> | <b>0.10</b> | <b>0.050</b> | <b>0.02</b> | <b>0.010</b> | <b>0.002</b> |
| <b>1</b>  | 1.00000     | 3.07768     | 6.31375     | 12.70620     | 31.82052    | 63.65674     | 318.30884    |
| <b>2</b>  | 0.81650     | 1.88562     | 2.91999     | 4.30265      | 6.96456     | 9.92484      | 22.32712     |
| <b>3</b>  | 0.76489     | 1.63774     | 2.35336     | 3.18245      | 4.54070     | 5.84091      | 10.21453     |
| <b>4</b>  | 0.74070     | 1.53321     | 2.13185     | 2.77645      | 3.74695     | 4.60409      | 7.17318      |
| <b>5</b>  | 0.72669     | 1.47588     | 2.01505     | 2.57058      | 3.36493     | 4.03214      | 5.89343      |
| <b>6</b>  | 0.71756     | 1.43976     | 1.94318     | 2.44691      | 3.14267     | 3.70743      | 5.20763      |
| <b>7</b>  | 0.71114     | 1.41492     | 1.89458     | 2.36462      | 2.99795     | 3.49948      | 4.78529      |
| <b>8</b>  | 0.70639     | 1.39682     | 1.85955     | 2.30600      | 2.89646     | 3.35539      | 4.50079      |
| <b>9</b>  | 0.70272     | 1.38303     | 1.83311     | 2.26216      | 2.82144     | 3.24984      | 4.29681      |
| <b>10</b> | 0.69981     | 1.37218     | 1.81246     | 2.22814      | 2.76377     | 3.16927      | 4.14370      |
| <b>11</b> | 0.69745     | 1.36343     | 1.79588     | 2.20099      | 2.71808     | 3.10581      | 4.02470      |
| <b>12</b> | 0.69548     | 1.35622     | 1.78229     | 2.17881      | 2.68100     | 3.05454      | 3.92963      |
| <b>13</b> | 0.69383     | 1.35017     | 1.77093     | 2.16037      | 2.65031     | 3.01228      | 3.85198      |
| <b>14</b> | 0.69242     | 1.34503     | 1.76131     | 2.14479      | 2.62449     | 2.97684      | 3.78739      |
| <b>15</b> | 0.69120     | 1.34061     | 1.75305     | 2.13145      | 2.60248     | 2.94671      | 3.73283      |
| <b>16</b> | 0.69013     | 1.33676     | 1.74588     | 2.11991      | 2.58349     | 2.92078      | 3.68615      |
| <b>17</b> | 0.68920     | 1.33338     | 1.73961     | 2.10982      | 2.56693     | 2.89823      | 3.64577      |
| <b>18</b> | 0.68836     | 1.33039     | 1.73406     | 2.10092      | 2.55238     | 2.87844      | 3.61048      |
| <b>19</b> | 0.68762     | 1.32773     | 1.72913     | 2.09302      | 2.53948     | 2.86093      | 3.57940      |
| <b>20</b> | 0.68695     | 1.32534     | 1.72472     | 2.08596      | 2.52798     | 2.84534      | 3.55181      |
| <b>21</b> | 0.68635     | 1.32319     | 1.72074     | 2.07961      | 2.51765     | 2.83136      | 3.52715      |
| <b>22</b> | 0.68581     | 1.32124     | 1.71714     | 2.07387      | 2.50832     | 2.81876      | 3.50499      |
| <b>23</b> | 0.68531     | 1.31946     | 1.71387     | 2.06866      | 2.49987     | 2.80734      | 3.48496      |
| <b>24</b> | 0.68485     | 1.31784     | 1.71088     | 2.06390      | 2.49216     | 2.79694      | 3.46678      |
| <b>25</b> | 0.68443     | 1.31635     | 1.70814     | 2.05954      | 2.48511     | 2.78744      | 3.45019      |
| <b>26</b> | 0.68404     | 1.31497     | 1.70562     | 2.05553      | 2.47863     | 2.77871      | 3.43500      |
| <b>27</b> | 0.68368     | 1.31370     | 1.70329     | 2.05183      | 2.47266     | 2.77068      | 3.42103      |
| <b>28</b> | 0.68335     | 1.31253     | 1.70113     | 2.04841      | 2.46714     | 2.76326      | 3.40816      |
| <b>29</b> | 0.68304     | 1.31143     | 1.69913     | 2.04523      | 2.46202     | 2.75639      | 3.39624      |
| <b>30</b> | 0.68276     | 1.31042     | 1.69726     | 2.04227      | 2.45726     | 2.75000      | 3.38518      |
| <b>31</b> | 0.68249     | 1.30946     | 1.69552     | 2.03951      | 2.45282     | 2.74404      | 3.37490      |
| <b>32</b> | 0.68223     | 1.30857     | 1.69389     | 2.03693      | 2.44868     | 2.73848      | 3.36531      |
| <b>33</b> | 0.68200     | 1.30774     | 1.69236     | 2.03452      | 2.44479     | 2.73328      | 3.35634      |
| <b>34</b> | 0.68177     | 1.30695     | 1.69092     | 2.03224      | 2.44115     | 2.72839      | 3.34793      |
| <b>35</b> | 0.68156     | 1.30621     | 1.68957     | 2.03011      | 2.43772     | 2.72381      | 3.34005      |
| <b>36</b> | 0.68137     | 1.30551     | 1.68830     | 2.02809      | 2.43449     | 2.71948      | 3.33262      |
| <b>37</b> | 0.68118     | 1.30485     | 1.68709     | 2.02619      | 2.43145     | 2.71541      | 3.32563      |

|           |         |         |         |         |         |         |         |
|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| <b>38</b> | 0.68100 | 1.30423 | 1.68595 | 2.02439 | 2.42857 | 2.71156 | 3.31903 |
| <b>39</b> | 0.68083 | 1.30364 | 1.68488 | 2.02269 | 2.42584 | 2.70791 | 3.31279 |
| <b>40</b> | 0.68067 | 1.30308 | 1.68385 | 2.02108 | 2.42326 | 2.70446 | 3.30688 |

| <b>Pr</b> | <b>0.25</b> | <b>0.10</b> | <b>0.05</b> | <b>0.025</b> | <b>0.01</b> | <b>0.005</b> | <b>0.001</b> |
|-----------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|--------------|--------------|
| <b>df</b> | <b>0.50</b> | <b>0.20</b> | <b>0.10</b> | <b>0.050</b> | <b>0.02</b> | <b>0.010</b> | <b>0.002</b> |
| <b>41</b> | 0.68052     | 1.30254     | 1.68288     | 2.01954      | 2.42080     | 2.70118      | 3.30127      |
| <b>42</b> | 0.68038     | 1.30204     | 1.68195     | 2.01808      | 2.41847     | 2.69807      | 3.29595      |
| <b>43</b> | 0.68024     | 1.30155     | 1.68107     | 2.01669      | 2.41625     | 2.69510      | 3.29089      |
| <b>44</b> | 0.68011     | 1.30109     | 1.68023     | 2.01537      | 2.41413     | 2.69228      | 3.28607      |
| <b>45</b> | 0.67998     | 1.30065     | 1.67943     | 2.01410      | 2.41212     | 2.68959      | 3.28148      |
| <b>46</b> | 0.67986     | 1.30023     | 1.67866     | 2.01290      | 2.41019     | 2.68701      | 3.27710      |
| <b>47</b> | 0.67975     | 1.29982     | 1.67793     | 2.01174      | 2.40835     | 2.68456      | 3.27291      |
| <b>48</b> | 0.67964     | 1.29944     | 1.67722     | 2.01063      | 2.40658     | 2.68220      | 3.26891      |
| <b>49</b> | 0.67953     | 1.29907     | 1.67655     | 2.00958      | 2.40489     | 2.67995      | 3.26508      |
| <b>50</b> | 0.67943     | 1.29871     | 1.67591     | 2.00856      | 2.40327     | 2.67779      | 3.26141      |
| <b>51</b> | 0.67933     | 1.29837     | 1.67528     | 2.00758      | 2.40172     | 2.67572      | 3.25789      |
| <b>52</b> | 0.67924     | 1.29805     | 1.67469     | 2.00665      | 2.40022     | 2.67373      | 3.25451      |
| <b>53</b> | 0.67915     | 1.29773     | 1.67412     | 2.00575      | 2.39879     | 2.67182      | 3.25127      |
| <b>54</b> | 0.67906     | 1.29743     | 1.67356     | 2.00488      | 2.39741     | 2.66998      | 3.24815      |
| <b>55</b> | 0.67898     | 1.29713     | 1.67303     | 2.00404      | 2.39608     | 2.66822      | 3.24515      |
| <b>56</b> | 0.67890     | 1.29685     | 1.67252     | 2.00324      | 2.39480     | 2.66651      | 3.24226      |
| <b>57</b> | 0.67882     | 1.29658     | 1.67203     | 2.00247      | 2.39357     | 2.66487      | 3.23948      |
| <b>58</b> | 0.67874     | 1.29632     | 1.67155     | 2.00172      | 2.39238     | 2.66329      | 3.23680      |
| <b>59</b> | 0.67867     | 1.29607     | 1.67109     | 2.00100      | 2.39123     | 2.66176      | 3.23421      |
| <b>60</b> | 0.67860     | 1.29582     | 1.67065     | 2.00030      | 2.39012     | 2.66028      | 3.23171      |
| <b>61</b> | 0.67853     | 1.29558     | 1.67022     | 1.99962      | 2.38905     | 2.65886      | 3.22930      |
| <b>62</b> | 0.67847     | 1.29536     | 1.66980     | 1.99897      | 2.38801     | 2.65748      | 3.22696      |
| <b>63</b> | 0.67840     | 1.29513     | 1.66940     | 1.99834      | 2.38701     | 2.65615      | 3.22471      |
| <b>64</b> | 0.67834     | 1.29492     | 1.66901     | 1.99773      | 2.38604     | 2.65485      | 3.22253      |
| <b>65</b> | 0.67828     | 1.29471     | 1.66864     | 1.99714      | 2.38510     | 2.65360      | 3.22041      |
| <b>66</b> | 0.67823     | 1.29451     | 1.66827     | 1.99656      | 2.38419     | 2.65239      | 3.21837      |
| <b>67</b> | 0.67817     | 1.29432     | 1.66792     | 1.99601      | 2.38330     | 2.65122      | 3.21639      |
| <b>68</b> | 0.67811     | 1.29413     | 1.66757     | 1.99547      | 2.38245     | 2.65008      | 3.21446      |
| <b>69</b> | 0.67806     | 1.29394     | 1.66724     | 1.99495      | 2.38161     | 2.64898      | 3.21260      |
| <b>70</b> | 0.67801     | 1.29376     | 1.66691     | 1.99444      | 2.38081     | 2.64790      | 3.21079      |
| <b>71</b> | 0.67796     | 1.29359     | 1.66660     | 1.99394      | 2.38002     | 2.64686      | 3.20903      |
| <b>72</b> | 0.67791     | 1.29342     | 1.66629     | 1.99346      | 2.37926     | 2.64585      | 3.20733      |
| <b>73</b> | 0.67787     | 1.29326     | 1.66600     | 1.99300      | 2.37852     | 2.64487      | 3.20567      |
| <b>74</b> | 0.67782     | 1.29310     | 1.66571     | 1.99254      | 2.37780     | 2.64391      | 3.20406      |
| <b>75</b> | 0.67778     | 1.29294     | 1.66543     | 1.99210      | 2.37710     | 2.64298      | 3.20249      |
| <b>76</b> | 0.67773     | 1.29279     | 1.66515     | 1.99167      | 2.37642     | 2.64208      | 3.20096      |

|    |         |         |         |         |         |         |         |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 77 | 0.67769 | 1.29264 | 1.66488 | 1.99125 | 2.37576 | 2.64120 | 3.19948 |
| 78 | 0.67765 | 1.29250 | 1.66462 | 1.99085 | 2.37511 | 2.64034 | 3.19804 |
| 79 | 0.67761 | 1.29236 | 1.66437 | 1.99045 | 2.37448 | 2.63950 | 3.19663 |
| 80 | 0.67757 | 1.29222 | 1.66412 | 1.99006 | 2.37387 | 2.63869 | 3.19526 |

### 3. Tabel R

| N  | The Level of Significance |       | N   | The Level of Significance |       |
|----|---------------------------|-------|-----|---------------------------|-------|
|    | 5%                        | 1%    |     | 5%                        | 1%    |
| 3  | 0.997                     | 0.999 | 38  | 0.320                     | 0.413 |
| 4  | 0.950                     | 0.990 | 39  | 0.316                     | 0.408 |
| 5  | 0.878                     | 0.959 | 40  | 0.312                     | 0.403 |
| 6  | 0.811                     | 0.917 | 41  | 0.308                     | 0.398 |
| 7  | 0.754                     | 0.874 | 42  | 0.304                     | 0.393 |
| 8  | 0.707                     | 0.834 | 43  | 0.301                     | 0.389 |
| 9  | 0.666                     | 0.798 | 44  | 0.297                     | 0.384 |
| 10 | 0.632                     | 0.765 | 45  | 0.294                     | 0.380 |
| 11 | 0.602                     | 0.735 | 46  | 0.291                     | 0.376 |
| 12 | 0.576                     | 0.708 | 47  | 0.288                     | 0.372 |
| 13 | 0.553                     | 0.684 | 48  | 0.284                     | 0.368 |
| 14 | 0.532                     | 0.661 | 49  | 0.281                     | 0.364 |
| 15 | 0.514                     | 0.641 | 50  | 0.279                     | 0.361 |
| 16 | 0.497                     | 0.623 | 55  | 0.266                     | 0.345 |
| 17 | 0.482                     | 0.606 | 60  | 0.254                     | 0.330 |
| 18 | 0.468                     | 0.590 | 65  | 0.244                     | 0.317 |
| 19 | 0.456                     | 0.575 | 70  | 0.235                     | 0.306 |
| 20 | 0.444                     | 0.561 | 75  | 0.227                     | 0.296 |
| 21 | 0.433                     | 0.549 | 80  | 0.220                     | 0.286 |
| 22 | 0.432                     | 0.537 | 85  | 0.213                     | 0.278 |
| 23 | 0.413                     | 0.526 | 90  | 0.207                     | 0.267 |
| 24 | 0.404                     | 0.515 | 95  | 0.202                     | 0.263 |
| 25 | 0.396                     | 0.505 | 100 | 0.195                     | 0.256 |
| 26 | 0.388                     | 0.496 | 125 | 0.176                     | 0.230 |
| 27 | 0.381                     | 0.487 | 150 | 0.159                     | 0.210 |
| 28 | 0.374                     | 0.478 | 175 | 0.148                     | 0.194 |
| 29 | 0.367                     | 0.470 | 200 | 0.138                     | 0.181 |
| 30 | 0.361                     | 0.463 | 300 | 0.113                     | 0.148 |
| 31 | 0.355                     | 0.456 | 400 | 0.098                     | 0.128 |

|    |       |       |      |       |       |
|----|-------|-------|------|-------|-------|
| 32 | 0.349 | 0.449 | 500  | 0.088 | 0.115 |
| 33 | 0.344 | 0.442 | 600  | 0.080 | 0.105 |
| 34 | 0.339 | 0.436 | 700  | 0.074 | 0.097 |
| 35 | 0.334 | 0.430 | 800  | 0.070 | 0.091 |
| 36 | 0.329 | 0.424 | 900  | 0.065 | 0.086 |
| 37 | 0.325 | 0.418 | 1000 | 0.062 | 0.081 |

**LAMPIRAN III**

## Hasil Uji SPSS

### Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

#### Jenis Kelamin

|                 | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Laki-Laki       | 47        | 56,6    | 56,6          | 56,6               |
| Valid Perempuan | 36        | 43,4    | 43,4          | 100,0              |
| Total           | 83        | 100,0   | 100,0         |                    |

### Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

#### Usia

|                   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| 19-20 Tahun       | 41        | 49,4    | 49,4          | 49,4               |
| 20-21 Tahun       | 13        | 15,7    | 15,7          | 65,1               |
| Valid 21-22 Tahun | 13        | 15,7    | 15,7          | 80,7               |
| 22-23 Tahun       | 16        | 19,3    | 19,3          | 100,0              |
| Total             | 83        | 100,0   | 100,0         |                    |

### Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan *Mobile*

#### *Banking*

#### Lama Menggunakan Mobile Banking

|                 | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| 0-1 Tahun       | 13        | 15,7    | 15,7          | 15,7               |
| 1-2 Tahun       | 21        | 25,3    | 25,3          | 41,0               |
| Valid 2-3 Tahun | 28        | 33,7    | 33,7          | 74,7               |
| 3-4 Tahun       | 21        | 24,1    | 24,1          | 98,8               |
| Total           | 83        | 100,0   | 100,0         |                    |

## Uji Validitas

## 1. Variabel Kegunaan (X1)

|        |                     | Correlations |        |        |        |        |
|--------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
|        |                     | P1           | P2     | P3     | P4     | Jumlah |
| P1     | Pearson Correlation | 1            | ,561** | ,371** | ,450** | ,738** |
|        | Sig. (2-tailed)     |              | ,000   | ,001   | ,000   | ,000   |
|        | N                   | 83           | 83     | 83     | 83     | 83     |
| P2     | Pearson Correlation | ,561**       | 1      | ,474** | ,620** | ,845** |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,000         |        | ,000   | ,000   | ,000   |
|        | N                   | 83           | 83     | 83     | 83     | 83     |
| P3     | Pearson Correlation | ,371**       | ,474** | 1      | ,399** | ,722** |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,001         | ,000   |        | ,000   | ,000   |
|        | N                   | 83           | 83     | 83     | 83     | 83     |
| P4     | Pearson Correlation | ,450**       | ,620** | ,399** | 1      | ,813** |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,000   | ,000   |        | ,000   |
|        | N                   | 83           | 83     | 83     | 83     | 83     |
| Jumlah | Pearson Correlation | ,738**       | ,845** | ,722** | ,813** | 1      |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,000   | ,000   | ,000   |        |
|        | N                   | 83           | 83     | 83     | 83     | 83     |

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

## 2. Variabel Kepercayaan (X2)

|        |                     | Correlations |        |        |        |        |
|--------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
|        |                     | P1           | P2     | P3     | P4     | Jumlah |
| P1     | Pearson Correlation | 1            | ,451** | ,408** | ,416** | ,737** |
|        | Sig. (2-tailed)     |              | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |
|        | N                   | 83           | 83     | 83     | 83     | 83     |
| P2     | Pearson Correlation | ,451**       | 1      | ,362** | ,436** | ,745** |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,000         |        | ,001   | ,000   | ,000   |
|        | N                   | 83           | 83     | 83     | 83     | 83     |
| P3     | Pearson Correlation | ,408**       | ,362** | 1      | ,393** | ,722** |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,001   |        | ,000   | ,000   |
|        | N                   | 83           | 83     | 83     | 83     | 83     |
| P4     | Pearson Correlation | ,416**       | ,436** | ,393** | 1      | ,781** |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,000   | ,000   |        | ,000   |
|        | N                   | 83           | 83     | 83     | 83     | 83     |
| Jumlah | Pearson Correlation | ,737**       | ,745** | ,722** | ,781** | 1      |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,000   | ,000   | ,000   |        |
|        | N                   | 83           | 83     | 83     | 83     | 83     |

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

### 3. Variabel Resiko (X3)

|        |                     | Correlations |        |        |        |        |
|--------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
|        |                     | P1           | P2     | P3     | P4     | Jumlah |
| P1     | Pearson Correlation | 1            | ,451** | ,408** | ,416** | ,737** |
|        | Sig. (2-tailed)     |              | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |
|        | N                   | 83           | 83     | 83     | 83     | 83     |
| P2     | Pearson Correlation | ,451**       | 1      | ,362** | ,436** | ,745** |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,000         |        | ,001   | ,000   | ,000   |
|        | N                   | 83           | 83     | 83     | 83     | 83     |
| P3     | Pearson Correlation | ,408**       | ,362** | 1      | ,393** | ,722** |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,001   |        | ,000   | ,000   |
|        | N                   | 83           | 83     | 83     | 83     | 83     |
| P4     | Pearson Correlation | ,416**       | ,436** | ,393** | 1      | ,781** |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,000   | ,000   |        | ,000   |
|        | N                   | 83           | 83     | 83     | 83     | 83     |
| Jumlah | Pearson Correlation | ,737**       | ,745** | ,722** | ,781** | 1      |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,000   | ,000   | ,000   |        |
|        | N                   | 83           | 83     | 83     | 83     | 83     |

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

### 4. Variabel Minat Penggunaan *Mobile Banking* (Y)

|    |                     | Correlations |        |        |        |        |
|----|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
|    |                     | P1           | P2     | P3     | P4     | Jumlah |
| P1 | Pearson Correlation | 1            | ,216*  | ,575** | ,385** | ,761** |
|    | Sig. (2-tailed)     |              | ,050   | ,000   | ,000   | ,000   |
|    | N                   | 83           | 83     | 83     | 83     | 83     |
| P2 | Pearson Correlation | ,216*        | 1      | ,127   | ,332** | ,576** |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,050         |        | ,252   | ,002   | ,000   |
|    | N                   | 83           | 83     | 83     | 83     | 83     |
| P3 | Pearson Correlation | ,575**       | ,127   | 1      | ,450** | ,773** |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,252   |        | ,000   | ,000   |
|    | N                   | 83           | 83     | 83     | 83     | 83     |
| P4 | Pearson Correlation | ,385**       | ,332** | ,450** | 1      | ,748** |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,002   | ,000   |        | ,000   |
|    | N                   | 83           | 83     | 83     | 83     | 83     |



|        |                     |        |        |        |        |    |
|--------|---------------------|--------|--------|--------|--------|----|
|        | Pearson Correlation | ,761** | ,576** | ,773** | ,748** | 1  |
| Jumlah | Sig. (2-tailed)     | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |    |
|        | N                   | 83     | 83     | 83     | 83     | 83 |

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

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

### Hasil Uji Reliabilitas Kegunaan (X1)

#### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,782             | 4          |

### Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan (X2)

#### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,732             | 4          |

### Hasil Uji Reliabilitas Resiko (X3)

#### Reliability Statistics

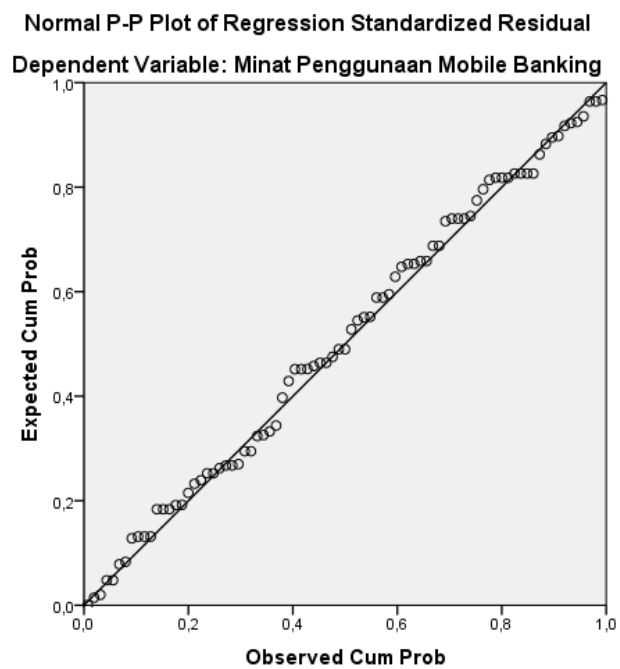
| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,732             | 4          |

### Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

### Descriptive Statistics

|                                 | N  | Minimum | Maximum | Mean    | Std. Deviation |
|---------------------------------|----|---------|---------|---------|----------------|
| Kegunaan                        | 83 | 9,00    | 20,00   | 16,5060 | 2,30256        |
| Kepercayaan                     | 83 | 9,00    | 20,00   | 16,6024 | 2,20277        |
| Resiko                          | 83 | 9,00    | 20,00   | 16,8554 | 2,14779        |
| Minat Penggunaan Mobile Banking | 83 | 10,00   | 20,00   | 16,7831 | 2,19783        |
| Valid N (listwise)              | 83 |         |         |         |                |

### Hasil Uji Normalitas dengan *P-Plot*



### Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogrov Smirnov*

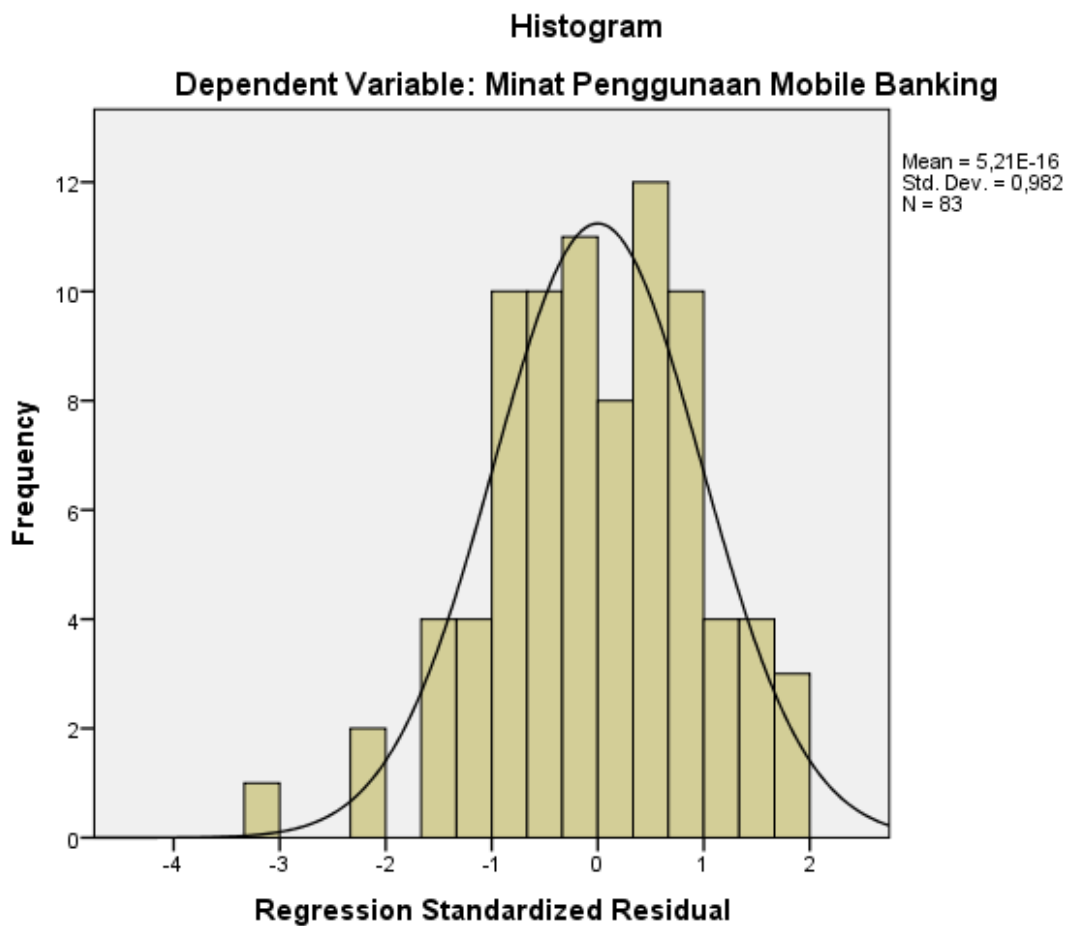
### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 83                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | 0E-7                    |
|                                  | Std. Deviation | 1,90712125              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | ,053                    |
|                                  | Positive       | ,037                    |
|                                  | Negative       | -,053                   |
| Kolmogorov-Smirnov Z             |                | ,485                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | ,973                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### Hasil Uji Normalitas dengan Histogram



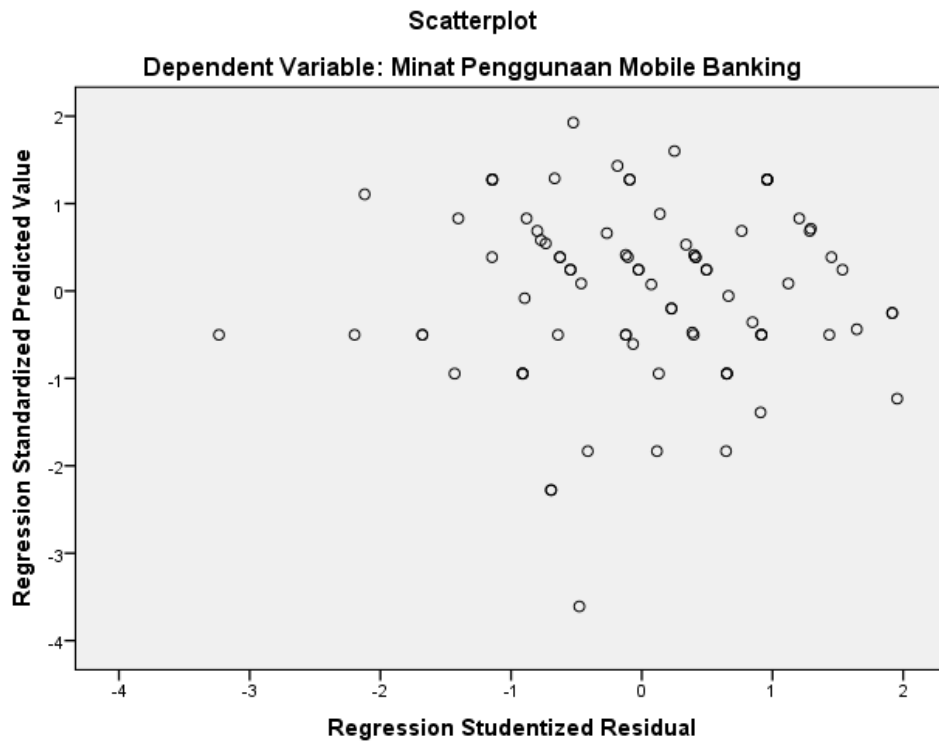
### Hasil Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig.  | Collinearity Statistics |      |        |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|-------------------------|------|--------|
|       | B                           | Std. Error | Beta                      |      |       | Tolerance               | VIF  |        |
| 1     | (Constant)                  | 8,476      | 1,718                     |      | 4,932 | ,000                    |      |        |
|       | Kegunaan                    | ,513       | ,329                      | ,537 | 5,559 | ,003                    | ,080 | 12,467 |
|       | Kepercayaan                 | ,185       | ,341                      | ,185 | 4,542 | ,009                    | ,082 | 12,230 |
|       | Resiko                      | ,813       | ,283                      | ,795 | 2,874 | ,005                    | ,025 | 8,022  |

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Mobile Banking

**Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan *Scatter Plot***



**Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser**

### Correlations

|                |                             | Kegunaan                | Kepercayaan | Resiko | Unstandar<br>dized<br>Residual |       |
|----------------|-----------------------------|-------------------------|-------------|--------|--------------------------------|-------|
| Spearman's rho | Kegunaan                    | Correlation Coefficient | 1,000       | ,920** | ,899**                         | ,025  |
|                |                             | Sig. (2-tailed)         | .           | ,000   | ,000                           | ,819  |
|                |                             | N                       | 83          | 83     | 83                             | 83    |
|                | Kepercayaan                 | Correlation Coefficient | ,920**      | 1,000  | ,880**                         | ,039  |
|                |                             | Sig. (2-tailed)         | ,000        | .      | ,000                           | ,728  |
|                |                             | N                       | 83          | 83     | 83                             | 83    |
|                | Resiko                      | Correlation Coefficient | ,899**      | ,880** | 1,000                          | ,003  |
|                |                             | Sig. (2-tailed)         | ,000        | ,000   | .                              | ,979  |
|                |                             | N                       | 83          | 83     | 83                             | 83    |
|                | Unstandardiz<br>ed Residual | Correlation Coefficient | ,025        | ,039   | ,003                           | 1,000 |
|                |                             | Sig. (2-tailed)         | ,819        | ,728   | ,979                           | .     |
|                |                             | N                       | 83          | 83     | 83                             | 83    |

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

### Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

| Model | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig.  | Collinearity Statistics |      |        |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|-------------------------|------|--------|
|       | B                           | Std. Error | Beta                      |      |       | Tolerance               | VIF  |        |
| 1     | (Constant)                  | 8,476      | 1,718                     |      | 4,932 | ,000                    |      |        |
|       | Kegunaan                    | ,513       | ,329                      | ,537 | 5,559 | ,003                    | ,080 | 12,467 |
|       | Kepercayaan                 | ,185       | ,341                      | ,185 | 4,542 | ,009                    | ,082 | 12,230 |
|       | Resiko                      | ,813       | ,283                      | ,795 | 2,874 | ,005                    | ,025 | 8,022  |

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Mobile Banking

### Hasil Uji t (Uji Parsial)

### Coefficients<sup>a</sup>

| Model |             | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |        |
|-------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|--------|
|       |             | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF    |
| 1     | (Constant)  | 8,476                       | 1,718      |                           | 4,932 | ,000 |                         |        |
|       | Kegunaan    | ,513                        | ,329       | ,537                      | 5,559 | ,003 | ,080                    | 12,467 |
|       | Kepercayaan | ,185                        | ,341       | ,185                      | 4,542 | ,009 | ,082                    | 12,230 |
|       | Resiko      | ,813                        | ,283       | ,795                      | 2,874 | ,005 | ,025                    | 8,022  |

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Mobile Banking

### Hasil Uji F (Uji Simultan)

#### ANOVA<sup>a</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1     | Regression | 97,853         | 3  | 32,618      | 8,640 | ,000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 298,243        | 79 | 3,775       |       |                   |
|       | Total      | 396,096        | 82 |             |       |                   |

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Mobile Banking

b. Predictors: (Constant), Resiko, Kepercayaan, Kegunaan

### Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

#### Model Summary<sup>b</sup>

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,697 <sup>a</sup> | ,747     | ,718              | 1,94300                    |

a. Predictors: (Constant), Resiko, Kepercayaan, Kegunaan

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan Mobile Banking

## **I. IDENTITAS PRIBADI**

1. Nama : Rahmadi Ahmad
2. NIM : 0503172198
3. TTL : Sumber Sari, 01 Mei 1997
4. Pekerjaan : Mahasiswa
5. Alamat : Jl. Pahlawan 1 Kec. Namorambe

## **II. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. Tamatan SD 116462 Siranggung Berijazah Tahun 2010
2. Tamatan SMP Negeri 1 Kualuh Selatan Berijazah Tahun 2013
3. Tamatan SMA Negeri 1 Kualuh Selatan Berijazah Tahun 2016
4. Tamatan S1 Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Tahun 2022

## **III. RIWAYAT ORGANISASI**

1. Anggota Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (2018).
2. Anggota HIMLAB RAYA (2019).