

**PENGARUH KEMANFAATAN, KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN
NASABAH TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING
BSI DENGAN MODERASI PENDAPATAN PADA MASYARAKAT
BELOPA**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo*



UIN PALOPO

Oleh :

Hasrianti

20 0402 0080

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

2025

**PENGARUH KEMANFAATAN, KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN
NASABAH TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING
BSI DENGAN MODERASI PENDAPATAN PADA MASYARAKAT
BELOPA**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo*



UIN PALOPO

Oleh :

Hasrianti

20 0402 0080

Pembimbing:

Andi Farhami Lahila M., S.E.Sy., M.E.Sy.

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

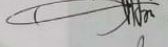
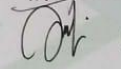
2025

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, dan Kepercayaan Nasabah terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BSI dengan Moderasi Pendapatan pada Masyarakat Belopa yang ditulis oleh Hasrianti Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2004020080, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Senin, tanggal 24 November 2025 bertepatan dengan 3 Jumadil Akhir 1447 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 10 Desember 2025

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Ilham, S. Ag., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Nurfadilah, S.E., M.Ak. | Penguji I | () |
| 4. Megasari, S.Pd., M.Sc. | Penguji II | () |
| 5. Andi Farhami Lahila M, S.E.Sy., M.E.Sy. | Pembimbing | () |

Mengetahui:

a.n Rektor UIN Palopo

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 198201242009012006

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah

Edi Indra Setiawan, S. E., M.M
NIP 198912072019031005

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hasrianti
NIM : 20 0402 0080
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bila mana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 15 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Hasrianti

20 0402 0080

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ

Alhamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt. Yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Dengan Moderasi APendapatan Pada Masyarakat Belopa.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam, kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat, guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi dalam bidang Perbankan Syariah pada Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan, berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua penulis tercinta, Ayahanda Hasbi dan Ibu Sitti Ara. Terimah kasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih sayang yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik untukku, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Semoga ayah dan ibu

panjang umur dan sehat selalu. Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag selaku Rektor UIN Palopo, beserta Dr. Munir Yusuf, M.Pd. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, dan Dr. Takdir, S.H., M.H., M.K.M. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Palopo, dalam hal ini Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI. Wakil Dekan Bidang Akademik, Ilham, S.Ag., M.A., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Alia Lestari, M.Si. dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Muh. Ilyas, S.AG., M.AG. yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatian dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat selesai.
3. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. selaku Ketua program studi Perbankan Syariah dan M. Ikhsan Purnama, S.E.Sy., M.E. selaku sekretaris program studi Perbankan Syariah, beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam menyelesaikan Skripsi.
4. Ibu Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc. selaku Penasihat Akademik.
5. Andi Farhami Lahila M., S.E.Sy., M. E.Sy. selaku pembimbing yang mana telah bersedia dan sabar dalam membimbing dan mengarahkan saya selama menyusun penelitian ini.

6. Ibu Nurfadillah, S.E., M.Ak.. selaku penguji I, dan Ibu Megasari, S.Pd., M.Sc. selaku penguji II yang telah banyak memberikan arahan dan juga saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Zainuddin Kepala perpustakaan UIN Palopo dan segenap karyawan UIN Palopo yang telah memberikan peluang untuk mengumpulkan buku-buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penulisan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen beserta staf pegawai UIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di UIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, yaitu suamiku tercinta Hardiansyah Ahmad terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, yang menjadi salah satu penyemangat karena selalu ada dalam suka maupun duka. Memberikan tenaga, waktu, materi kepada penulis, Terima kasih telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal menemani dan mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memberi semangat jangan pantang menyerah.
10. Untuk calon baby kecilku terima kasih karena telah hadir di tengah-tengah kebahagiaan ini, selalu kuat dibawa kemana-mana, semoga dede lahir dengan sehat tanpa kekurangan apapun, semoga Allah selalu memberi keberkahan dan keselamatan dalam segala hal yang kita lalui Aamiin.
11. Saudara saudari ku Hasrul, Risna Susanti, Ahyar, Ahwylda, Muhammad Adam terimakasih atas segala dukungan yang kalian berikan kepada penulis, terutama untuk kakak tertuaku Hasrul yang membiayai penulis selama melangsungkan

perkuliahan, terimakasih atas motivasi dan kehadiran yang selalu menjadi penyemangat ditengah perjalanan ini. Penulis juga menyampaikan ucapan terimah kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati, dan keikhlasan.

12. Teman-teman seperjuangan Israwanti, Dea Afni Prasaumi Ningrum, Wahrida, Hesti Lestari, yang telah menjadi tempat berbagi suka dan duka, saling membantu dan saling menguatkan selama proses panjang ini.
13. Kepada Selfi Andriani, Lusi Hasim, Hirna, Tri Nurmi terimakasih atas kebersamaan kalian selama ini, dorongan dan motivasi di balik cerita yang tak pernah usai, semoga persahabatan ini akan terus terjalin sampai waktu yang tidak di tentukan.
14. Seluruh teman-teman angkatan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya PBS C. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, kenangan dan kerja sama selama ini, baik dalam belajar maupun melewati berbagai tantangan bersama. Semoga kita semua selalu sukses dan dapat terus menjaga tali silaturahmi ke depannya.
15. Terakhir penulis ucapkan untuk Hasrianti, untuk diriku sendiri, terimah kasih telah berusaha keras meyakinkan dan menguatkan diri sendiri bahwa kamu dapat menyelesaikan studi ini sampai selesai, terimakasih sudah bertahan sejauh ini tetaplah semangat untuk menjalani kehidupan yang penuh kejutan, berbahagialah dan rayakan kehadiran mu sebagai berkah dimanapun kamu menjejakkan kaki, jangan sia-siakan usaha dan doa yang selaluh kamu langitkan. Dan smoga Allah selaluh meridhai setiap langkahmu serta menjagamu dalam lindungan-Nya, Aamiin.

Semoga setiap bantuan doa, dukungan, motivasi, dorongan, kerjasama, dan amal bakti yang tak terhingga dari berbagai pihak. mendapat balasan yang layak disisi Allah swt. Aamiin Allahumma Aamiin. Akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun banyak hambatan ketegangan dan tekanan namun dapat dilewati dengan baik.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi setiap yang membaca. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun penulis menerima dengan hati yang lapang dan ikhlas.

Palopo, 25 Mei 2025

Penulis,

Hasrianti

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ta	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamsah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak ditengah atau di akhir, maka di tulis dengan tanda (’).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...	Fathah dan ya	Ai	a dan i
وَ...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala

1. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ...إِ...	Fathah dan alif atau	Ā	a dan garis di atas

	ya		
...ى	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
...و	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutahhidup

Ta' marbutahhidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

نَزَّلَ nazzala

الْبِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ ar-rajulu

الْقَلَمُ al-qalamu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُ ta'khuẓu

شَيْءٌ syai'un

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا

Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti *jar* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf *hamzah*. Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dīnullāh*

بِاللَّهِ : *billāh*

Adapun *ta marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *Lafz al-Jalālah* ditransliterasikan dengan huruf [t].

Contoh:

هُمُفِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fi rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All caps*) dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman Ejaan Bahasa Indonesia (EYD) yang berlaku. Huruf kapital misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama dalam permulaan kalimat.

Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Ketentuan juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang *al-*, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK dan DR).

Contoh :

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi 'a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan

‘Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fih al-Qur’ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Abū Naṣr al-Farābī

Al-Gazālī

Al-munqiz min al-Ḍalāl

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah:

SWT. = shubahanahu wa ta’ala

SAW. = shallallahu ‘alaihi wa sallam

a.s = ‘alaihi al-salam

H = Hijrah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

Wr. = Warahmatullaahi

Wb. = Wabarakaatuh

1. = Lahir tahun (untuk yang masih hidup saja)

w. = Wafat sebelum

QS.../...:4 = QS Al-Baqarah/2:4 atau QS Ali ‘Imran/3:4

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
KEASLIAN	ii
PRAKATA	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN.....	ii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR HADIST.....	xvi
ABSTRAK.....	xivii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN TEORI	12
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	12
B. Landasan Teori	17
C. Kerangka Pikir.....	55
D. Hipotesis.....	57
BAB III METODE PENELITIAN	60
A. Jenis Penelitian	60
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	60
C. Defenisi Operasional Variabel	61
D. Populasi dan Sampel.....	62
E. Teknik Pengumpulan data.....	64
F. Instrumen Penelitian	64
G. Teknik Analisis Data	65
H. Uji Asumsi Klasik.....	66
I. Uji Hipotesis.....	68

J. Uji Interaksi (Moderated Regression Analysis/MRA)	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	72
A. Hasil Penelitian	72
B. Pembahasan	104
BAB V <u>P</u>ENUTUP.....	116
A. Kesimpulan	116
B. Saran	118
DAFTAR PUSTAKA.....	120

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel	61
Tabel 4.1 Usia Responden.....	47
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	47
Tabel 4.3 Hasil Kousioner Variabel Kemanfaatan.....	49
Tabel 4.4 Hasil Kousioner Variabel Kemudahan.....	54
Tabel 4.5 Hasil Kousioner Variabel Kepercayaan.....	61
Tabel 4.6 Hasil Kousioner Variabel Minat.....	61
Tabel 4.7 Hasil Kousioner Variabel Pendapatan.....	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kemanfaatan.....	70
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kemudahan.....	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kepercayaan.....	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Minat.....	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Pendapatan.....	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Reabilitas.....	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas.....	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolineritas.....	74
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	74
Tabel 4.17 Hasil Regresi Linear Berganda.....	75
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	76
Tabel 4.19 Hasil Uji f.....	77
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefesien Determinasi R^2	78
Tabel 4.21 Hasil Uji Moderasi Pendapatan Kemanfaatan.....	78
Tabel 4.22 Hasil Uji Moderasi Pendapatan Kemudahan.....	78
Tabel 4.23 Hasil Uji Moderasi Pendapatan Kepercayaan.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	57
--------------------------------	----

DAFTAR AYAT

Surah Al-Insyirah 5-6	32
Surah An-Nisa 58	38
Surah Al-Baqarah 279.....	55

ABSTRAK

Hasrianti, 2024 “*Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia dengan Pendapatan Sebagai Variabel Moderasi*” Skripsi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Andi Farhami Lahila

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia Bank Syariah Indonesia di Belopa, serta untuk menganalisis peran pendapatan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 96 responden. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) menggunakan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemanfaatan (X1) memiliki nilai t hitung $-0,601 < t$ tabel $1,943$ dengan signifikansi $0,549 > 0,05$, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Variabel kemudahan (X2) memiliki nilai t hitung $2,024 > t$ tabel $1,943$ dengan signifikansi $0,046 < 0,05$, sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Variabel kepercayaan (X3) memiliki nilai t hitung $3,940 > t$ tabel $1,943$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Secara simultan, hasil uji F menunjukkan F hitung $31,131 > F$ tabel $3,10$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti kemanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,387$, menunjukkan bahwa $38,7\%$ variasi minat menggunakan *mobile banking* dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya $61,3\%$ dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Hasil uji moderasi menunjukkan bahwa pendapatan tidak mampu memoderasi pengaruh kemanfaatan terhadap minat (nilai $\text{sig } p = 0,268 > 0,05$), namun memperkuat pengaruh kemudahan terhadap minat (nilai $\text{sig. } p = 0,043 < 0,05$) dan memperkuat pengaruh kepercayaan terhadap minat (nilai $\text{sig. } p = 0,054 > 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa faktor kemudahan dan kepercayaan merupakan penentu utama yang memengaruhi minat masyarakat Belopa dalam menggunakan *mobile banking* BSI, sedangkan kemanfaatan dan pendapatan belum menjadi faktor dominan.

Kata Kunci: Kemanfaatan, Kemudahan, Kepercayaan, Minat Menggunakan *Mobile Banking*, Pendapatan.

ABSTRACT

Hasrianti, 2024 *"The Influence of the of Usefulness, Convenience, and Trust on Intention to Use Bank Syariah Indonesia Mobile Banking with Income as a Moderating Variable" Thesis, Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Perbankan and Business, Palopo State Islamic University. Supervised by Andi Farhami Lahila*

This study aims to determine the effect of usefulness, convenience, and trust on customer interest in using Bank Syariah Indonesia mobile banking services in Belopa, as well as to analyze the role of income as a moderating variable. This study uses a quantitative method with data collection through questionnaires distributed to 96 respondents. Data analysis was carried out using multiple linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA) using the SPSS version 25 program. The results showed that the usefulness variable (X_1) had a calculated t value of $-0.601 < t \text{ table } 1.943$ with a significance of $0.549 > 0.05$, so it did not have a significant effect on interest in using mobile banking. The convenience variable (X_2) had a calculated t value of $2.024 > t \text{ table } 1.943$ with a significance of $0.046 < 0.05$, so it had a positive and significant effect on customer interest. The trust variable (X_3) has a calculated t value of $3.940 > t \text{ table } 1.943$ with a significance of $0.000 < 0.05$, which means it has a positive and significant effect on interest in using mobile banking. Simultaneously, the F test results show $F \text{ count } 31,131 > F \text{ table } 3.10$ with a significance of $0.000 < 0.05$, which means that usefulness, convenience, and trust together have a significant effect on customer interest. The coefficient of determination (R^2) value of 0.387 indicates that 38.7% of the variation in interest in using mobile banking is explained by these three variables, while the remaining 61.3% is influenced by other factors outside this study.

The results of the moderation test showed that income was unable to moderate the effect of usefulness on interest (sig. $p \text{ value} = 0.268 > 0.05$), but strengthened the effect of ease on interest (sig. $p \text{ value} = 0.043 < 0.05$) and strengthened the effect of trust on interest (sig. $p \text{ value} = 0.054 > 0.05$). Thus, it can be concluded that the factors of convenience and trust are the main determinants that influence the interest of the Belopa community in using BSI mobile banking, while usefulness and income have not become dominant factors.

Keywords: *Usefulness, Convenience, Trust, Interest in Using Mobile Banking, Income.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat telah mengubah hampir semua aspek kehidupan, tidak terkecuali dalam dunia perbankan. Salah satu inovasi yang sangat berpengaruh dalam dunia perbankan adalah hadirnya layanan mobile banking. Mobile banking memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan melalui perangkat mobile atau smartphone, yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Layanan ini memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi nasabah, terutama bagi mereka yang memiliki mobilitas tinggi dan membutuhkan kemudahan dalam mengelola keuangan.¹

Teknologi modern berkembang dalam banyak bidang, termasuk ekonomi. Saat ini, penggunaan teknologi tidak hanya dimaksudkan untuk mempermudah pekerjaan, tetapi sudah menjadi kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari-hari karena memungkinkan segala bentuk aktivitas dilakukan dengan cepat dan tanpa batas. Sejak mulai dikembangkannya sistem perbankan syariah di Indonesia, dalam dua dekade pengembangan keuangan syariah nasional sudah banyak pencapaian kemajuan, baik dari aspek kelembagaan dan infrastruktur penunjang, perangkat regulasi dan sistem pengawasan maupun awareness dan literasi masyarakat terhadap layanan jasa keuangan syariah.²

¹ Ambas, Hamida. "SWOT Analysis of BUMN Banks After Merger to Become Indonesian Sharia Bank (Study at BSI KCP Tomoni, East Luwu Regency)." *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness* 5.1 (2022): 17-29.

² <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/Sejarah>

Strategi pengembangan perbankan syariah terus diarahkan untuk meningkatkan kompetisi usaha yang sejajar dengan sistem perbankan konvensional yang dilakukan secara komprehensif dengan mengacu pada analisis kelemahan dan kekuatan perbankan syariah di Indonesia saat ini.³ Selain itu, dalam era globalisasi saat ini, industri perbankan harus menunjukkan kinerja dan pelayanan yang lebih baik. Di mana perkembangan teknologi dan telekomunikasi merupakan bagian dari perbankan syariah, aplikasi mobile banking adalah salah satu jenis perbankan yang menggunakan teknologi ini.

Secara sederhana, ini adalah perbankanonline. Industri perbankan syariah harus memiliki kemampuan untuk mengubah kesulitan menjadi peluang dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) untuk meningkatkan daya saingnya dengan perbankan konvensional. Perbankan syariah sangat bergantung pada inovasi produk.⁴

Bank menawarkan layanan mobile banking, juga dikenal sebagai m- banking, untuk memudahkan dan mempercepat transaksi perbankan bagi pelanggan. Dengan menggunakan telepon seluler mereka, pelanggan dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja dengan mudah.⁵

Hubungan antara faktor-faktor tersebut dan minat penggunaan mobile banking. Nasabah dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi, peranan mobile banking juga semakin berarti.

³ Nurdin Nurdin, dkk, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Mega Syariah Cabang Palu, Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, 3, no. 1 (2021), h. 31

⁴ Isra Misra dkk, Manajemen Perbankan Syariah, (Yogyakarta: K-Media, 2021) h.25

⁵ 'Mukhtisar, dkk, Pengaruh Efisiensi, "Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking," JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance, 3, no. 1 (2021) h. 57

Sama pentingnya seperti *Authomatic Teller Machine* (ATM) dan credit card, mobile banking menjadi keharusan bagi setiap bank di Indonesia dalam merebut pangsa pasar. Saat ini mobile banking sedang menjadi perhatian dimana nasabah dapat melakukan transaksi perbankan (*non cash*) setiap saat dari manapun, dengan begitu mudah dan nyaman hanya dengan mengakses melalui jaringan internet. Teknologi internet mampu menghilangkan batas ruang dan waktu, bersifat *global/internasional* bahkan tanpa batas negara. Bagi bank sendiri, pelayanan melalui mobile banking dapat menekan biaya operasional karena dapat menghemat kertas, tenaga manusia, dan tidak perlu investasi ATM atau kantor cabang.⁶

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

Nasabah juga dapat memanfaatkan layanan mobile banking dengan cara mengakses menu yang telah tersedia pada SIM Card atau aplikasi yang terinstal di ponsel.⁷ Akan tetapi terkadang nasabah merasa kualitas m-banking Bank Syariah Indonesia menurun dibandingkan sebelum merger dimana sebagian nasabah

⁶ Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan di Indonesia, Internet Banking di Indonesia, Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan, 2022, h. 38

⁷ Nurdin Nurdin, dkk, Pengaruh Manfaat, "Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Mega Syariah Cabang Palu, Jurnal Ilmu Perbankan dan *Keuangan Syariah*,. 3, no. 1 (2021), h. 33

mengatakan bahwa aplikasi *m-banking* Bank Rakyat Indonesia Syariah lebih mudah dibandingkan setelah merger. Dimana *m-banking* Bank Syariah Indonesia sering mengalami masalah dan pada *m-banking* Bank Negara Indonesia Syariah informasinya lebih jelas keterangan saldo mulai dari saldo masuk dan saldo keluar terdata di tabel online. Sedangkan pada *m-banking* Bank Syariah Indonesia tidak terdapat keterangan mengenai saldo pada setiap melakukan transaksi. Hal ini menimbulkan berbagai macam komentar negatif yang dikeluhkan oleh nasabah yang tidak merasa puas dengan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Aplikasi sulit dipahami dikarenakan terlalu banyak fitur diluar kebutuhan utama, sehingga membuat nasabah yang masih awam bingung menggunakan aplikasi tersebut.⁸

Tingkat kemanfaatan mengacu pada sejauh mana nasabah merasa bahwa penggunaan *mobile banking* memberikan keuntungan dibandingkan dengan metode perbankan tradisional. Misalnya, nasabah dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa batasan waktu dan tempat. Kemudahan penggunaan juga menjadi faktor penting, yang merujuk pada sejauh mana aplikasi *mobile banking* dirancang agar mudah dipahami dan digunakan, terutama bagi nasabah yang tidak terbiasa dengan teknologi.

Sebagian masyarakat Belopa merasakan manfaat besar dari penggunaan *mobile banking*, seperti kemudahan melakukan pembayaran tagihan, transfer dana, dan pengecekan saldo tanpa batasan waktu dan tempat. Akan tetapi, masih ada sebagian nasabah yang merasa kurang yakin dengan kemanfaatan aplikasi *m-*

⁸ Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa, 2 no.1 (Januari 2022), DOI Issue: 10.46306/vls.v2i13

banking karena terbatasnya fitur atau produk-produk perbankan syariah yang dapat diakses secara langsung melalui aplikasi tersebut. Selain itu, meskipun aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia didesain untuk mudah digunakan, ada sebagian nasabah yang merasa kesulitan dalam mengoperasikannya, terutama bagi mereka yang kurang familiar dengan teknologi digital. Hal ini menjadi kendala utama dalam adopsi layanan ini di kalangan masyarakat yang cenderung lebih terbiasa dengan metode konvensional seperti datang langsung ke bank atau menggunakan ATM. Oleh karena itu, dapat terlihat adanya ikatan emosional antara konsumen dan produk perbankan syariah melalui strategi kompetitif tersebut.⁹

Faktor moderasi pendapatan juga turut berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Masyarakat dengan pendapatan yang lebih tinggi memiliki akses lebih mudah terhadap teknologi, seperti perangkat ponsel pintar yang mendukung penggunaan aplikasi m-banking. Mereka juga lebih terbiasa dengan transaksi digital dan merasa lebih nyaman dengan proses tersebut. Sebaliknya, masyarakat dengan pendapatan yang lebih rendah cenderung memiliki keterbatasan dalam mengakses perangkat yang diperlukan untuk menggunakan *mobile banking*, serta lebih memilih metode transaksi yang dianggap lebih familiar dan aman bagi mereka, seperti melalui teller atau ATM.

Fenomena ini menggambarkan bahwa meskipun layanan *mobile banking* memiliki potensi untuk meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi, adopsinya masih dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari sisi teknologi, psikologi,

⁹ Iskandar, Ahmad Syarief, Muzayyanah Jabani, and Muh Shadri Kahar Muang. "Bsi Competitive Strategy Affect Purchasing Decisions of Conventional Bank Customers in Indonesia." *International Journal of Artificial Intelligence Research* 6.1.2 (2024).

maupun ekonomi. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis lebih dalam mengenai pengaruh tingkat kemanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan nasabah terhadap minat mereka untuk menggunakan *mobile banking*, serta bagaimana pendapatan nasabah dapat memoderasi pengaruh faktor-faktor tersebut di masyarakat Belopa.

Sangat penting untuk memahami kebutuhan pelanggan dan menemukan keinginan pelanggan terhadap produk atau layanan yang melebihi harapan pelanggan. Pelanggan akan puas dengan pelayanan yang diberikan apabila mereka merasa bahwa pelayanan tersebut sesuai dengan kebutuhan dan harapannya. Dimana pelayanan berguna untuk mendukung kelancaran menghimpun dan menyalurkan dana.¹⁰ Popularitas *mobile banking* yang semakin meningkat tidak hanya menciptakan peluang besar bagi industri perbankan dalam mengembangkan bisnis mereka, tetapi dapat juga membawa tantangan dalam memberikan kepuasan terhadap nasabah sehingga mampu mempertahankan nasabah.

Kemudian sebagai pendukung jalannya sebuah program, Bank memberikan keamanan dan privasi terhadap data nasabah dari tindak kejahatan orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Mobile banking dapat digunakan dalam beberapa jaringan *provider* seperti indosat, telkomsel, three, dan jaringan lainnya. Namun, seiring dengan kemajuan teknologi, tantangan keamanan pun semakin kompleks, sehingga perlu adanya kewaspadaan yang terus menerus.¹¹ Mobile Banking

¹⁰ Ahmad Dhawami dan Fitra Rizal, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Muamalat Digital Islamic Network," *Journal of Islamic Banking and Finance*, 2, no. 2 (2023)

¹¹ Ginanjar, Muh Ginanjar, et al. "Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Diskon Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pascasarjana Iain Palopo." *MONETA* (2024): 15-27.

memberikan tingkat kecanggihan yang lebih tinggi dibandingkan dengan SMS banking sehingga dalam melakukan proses nasabah lebih mudah dalam melakukan transaksi. Dalam *booklet* OJK terdapat beberapa fitur layanan mobile banking yang telah disediakan bank diantaranya layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat), layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet), pembelian (pulsa dan tiket), dan berbagai fitur lainnya. Dengan kemudahan tersebut memudahkan pengguna fasilitas mobile banking dengan memberikan dampak manfaat terhadap nasabah. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat telah mengubah hampir semua aspek kehidupan, tidak terkecuali dalam dunia perbankan. Salah satu inovasi yang sangat berpengaruh dalam dunia perbankan adalah hadirnya layanan mobile banking. Mobile banking memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan melalui perangkat mobile atau smartphone, yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Layanan ini memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi nasabah, terutama bagi mereka yang memiliki mobilitas tinggi dan membutuhkan kemudahan dalam mengelola keuangan.¹²

Penelitian ini berlandaskan pada *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Fred D. Davis (1986, 1989). Teori ini menjelaskan bagaimana dan mengapa seseorang mau menerima atau menolak penggunaan suatu teknologi berdasarkan dua konstruk utama, yaitu *perceived usefulness* (kemanfaatan yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan yang

¹² Anissa Alvin, Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan (Trust) dan Kemudahan M-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Secara Online, (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh)

dirasakan).¹³ *Perceived usefulness* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya, sedangkan *perceived ease of use* adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut tidak memerlukan banyak usaha. Dalam konteks penelitian ini, kemanfaatan menggambarkan sejauh mana nasabah merasakan manfaat nyata dari penggunaan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI), seperti efisiensi waktu, kemudahan transaksi, dan peningkatan efektivitas dalam mengelola keuangan. Sementara itu, kemudahan berkaitan dengan sejauh mana aplikasi *mobile banking* BSI mudah dipahami, diakses, dan dioperasikan oleh nasabah.

Selain dua konstruk utama tersebut, penelitian ini juga mengadaptasi pengembangan dari TAM, yaitu *Trust-Based TAM* yang dikemukakan oleh Gefen et al. (2003), yang menambahkan aspek kepercayaan (*trust*) sebagai faktor penting dalam penerimaan teknologi, terutama pada layanan keuangan digital.¹⁴ Kepercayaan menjadi dasar bagi nasabah dalam menentukan keputusan penggunaan *mobile banking*, karena berkaitan dengan keamanan transaksi, keandalan sistem, dan integritas lembaga perbankan. Adapun variabel pendapatan digunakan sebagai variabel moderasi yang mengacu pada teori adopsi inovasi oleh Everett M. Rogers (2003), yang menyatakan bahwa faktor sosial ekonomi, termasuk pendapatan, dapat memengaruhi tingkat penerimaan teknologi baru. Dengan demikian, pendapatan dapat memperkuat atau memperlemah hubungan

¹³ Fred D. Davis, *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results* (Cambridge: Massachusetts Institute of Technology, 1986), hlm. 24.

¹⁴ David Gefen, Elena Karahanna, dan Detmar W. Straub, "Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model," *MIS Quarterly*, Vol. 27, No. 1 (2003): 51–90.

antara kemanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.¹⁵

Secara keseluruhan, *Technology Acceptance Model* (TAM) menjadi grand theory yang paling relevan untuk menjelaskan bagaimana persepsi kemanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* BSI, dengan pendapatan sebagai faktor yang memoderasi hubungan tersebut. Model ini membantu memahami perilaku pengguna teknologi dalam konteks perbankan digital syariah dan memberikan dasar teoretis yang kuat bagi analisis penerimaan teknologi finansial di masyarakat Belopa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat kemanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan nasabah terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia di Belopa, dengan moderasi pendapatan nasabah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *mobile banking* dan memberi kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran serta layanan di bank syariah. Berdasarkan yang sudah di jelaskan oleh penulis, maka penulis tertarik untuk membahas tentang ***“Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Dengan Pendapatan Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Masyarakat Belopa)”***.

¹⁵ Everett M. Rogers, *Diffusion of Innovations*, 5th ed. (New York: Free Press, 2003), hlm. 221.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka penulis menyimpulkan dan merumuskan pokok permasalahan yaitu sebagai berikut:

1. Apakah kemanfaatan, berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Bank Syariah Indonesia?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Bank Syariah Indonesia?
4. Apakah kemanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Bank Syariah Indonesia?
5. Apa variabel pendapatan memoderasi pengaruh kemanfaatan terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Bank Syariah Indonesia?
6. Apakah variabel pendapatan memoderasi pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Bank Syariah Indonesia?
7. Apakah variabel pendapatan memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Bank Syariah Indonesia?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kemanfaatan terhadap minat penggunaan Mobile Bank Syariah Indonesia
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap minat penggunaan mobile Bank Syariah Indonesia

3. Untuk mengetahui pengaruh faktor kepercayaan terhadap minat penggunaan mobile Bank Syariah Indoensia
4. Untuk mengetahui pengaruh faktor kemanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan mobile Bank Syariah Indonesia
5. Untuk mengetahui variabel pendapatan memoderasi pengaruh kemanfaatan terhadap minat pengguna mobile Bank Syariah Indonesia
6. Untuk mengetahui variabel pendapatan memoderasi pengaruh kemudahan terhadap minat pengguna mobile Bank Syariah Indonesia
7. Untuk mengetahui variabel pendapatan memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap minat pengguna mobile Bank Syariah Indonesia

D. Manfaat Penelitian

1. Peneliti

Membuka wawasan serta menerapkan ilmu pengetahuan tentang minat nasabah dalam penggunaan Mobile Banking.

2. Praktisi

Untuk menjadikan suatu bahan informasi atau pertimbangan dalam keefektifan suatu produk layanan mobile banking pada perusahaan khususnya pada Bank Syariah.

3. Akademik

Untuk memberikan wawasan serta pengalaman terkait penelitian kemudian sebagai partisipasi dalam meneliti minat nasabah dalam menggunakan mobile banking.

4. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan rujukan bagi penelitian selanjutnya serta menjadi pertimbangan bagi peneliti yang akan menganalisis masalah yang serupa.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Untuk mendukung permasalahan yang di bahas, maka peneliti berusaha mencari berbagai literatur dan penelitian terdahulu yang masih relevan terhadap masalah yang menjadi objek saat ini. Selain menjadi syarat mutlak bahwa dalam penelitian ini menolak yang namanya plagiarisme yang menyontek atau menyalin keseluruhan dari karya penelitian lain. Meskipun terdapat keterkaitan pembahasan namun penelitian ini masih berbeda dengan penelitian terdahulu.

1. Pada penelitian Eko Teja pada yang berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry". Dimana hasil dari skripsi tersebut menyatakan bahwa variabel keamanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan mobile banking. Dan variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan mobile banking. Sedangkan variabel kepatuhan syariah tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan mobile. Dimana jenis dari penelitian tersebut merupakan kuantitatif yang melibatkan pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik ¹⁶

Persamaan dengan penelitian ini karena sama-sama meneliti pengaruh kemanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan mobile banking dengan metode kuantitatif regresi linier berganda.

¹⁶ Eko Teja, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry, Skripsi (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2022)

Perbedaannya terletak pada objek dan variabel moderasi, di mana penelitian Eko Teja meneliti mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry tanpa variabel moderasi, sedangkan penelitian ini meneliti nasabah BSI di Kecamatan Belopa dengan pendapatan sebagai variabel moderasi.

2. Pada penelitian Margaretha Oktavia Pranoto dan R. Gunawan Setianegara dengan judul penelitian, Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank BRI Cabang Semarang Pandanaran), *Jurnal Keuangan dan Bisnis (KEUNIS)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi manfaat, kemudahan, dan keamanan berpengaruh terhadap minat nasabah Bank BRI Cabang Semarang Pandaran menggunakan mobile banking. Populasi yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah nasabah Bank BRI Cabang Semarang Pandanaran yang juga pengguna mobile banking. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kasualitas. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara accidental sampling dan didapatkan 100 responden. Metode analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan, dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking.¹⁷

¹⁷ Margaretha Oktavia Pranoto dan R. Gunawan Setianegara, "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank BRI Cabang Semarang Pandanaran)," *Jurnal Keuangan dan Bisnis (KEUNIS)*, 8, no. 1 (2020)

Persamaan dengan penelitian ini karena sama-sama membahas faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan mobile banking. Kedua penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linier berganda serta memiliki variabel utama yang serupa, yaitu manfaat dan kemudahan.

Perbedaannya terletak pada objek dan variabel penelitian. Penelitian Margaretha dan Gunawan meneliti nasabah Bank BRI Cabang Semarang Pandanaran dengan variabel keamanan sebagai salah satu faktor utama, sedangkan penelitian ini meneliti nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kecamatan Belopa dengan variabel kepercayaan sebagai pengganti keamanan, serta menambahkan pendapatan sebagai variabel moderasi. Selain itu, penelitian Margaretha dan Gunawan tidak menggunakan variabel moderasi, sementara penelitian ini menguji pengaruh pendapatan dalam memperkuat atau memperlemah hubungan kemanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan mobile banking.

3. Pada penelitian Ahmad Dhawami dan Fitra Rizal dengan judul penelitian, Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Muamalat Digital Islamic Network. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial dan simultan pengaruh dari manfaat, kepercayaan dan kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking Muamalat DIN (Digital Islamic Network) pada PT Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah bank Muamalat

KCU Kediri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking Muamalat DIN pada PT. Bank Muamalat KCU Kediri, secara parsial kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking Muamalat DIN pada PT Bank Muamalat KCU Kediri, secara parsial kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking Muamalat DIN pada PT Bank Muamalat KCU Kediri, secara simultan manfaat, kepercayaan, dan kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking Muamalat DIN pada PT Bank Muamalat KCU Kediri.¹⁸

Persamaan dengan penelitian ini karena sama-sama meneliti pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan terhadap minat penggunaan mobile banking dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi linier berganda.

Perbedaannya terletak pada objek dan variabel moderasi. Penelitian Ahmad Dhawami dan Fitra Rizal berfokus pada nasabah Bank Muamalat tanpa menggunakan variabel moderasi, sedangkan penelitian ini meneliti nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kecamatan Belopa dan menambahkan pendapatan sebagai variabel moderasi untuk melihat sejauh mana pendapatan memperkuat atau memperlemah pengaruh manfaat, kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking.

¹⁸ Ahmad Dhawami dan Fitra Rizal, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Muamalat Digital Islamic Network," *Journal of Islamic Banking and Finance*, 2, no. 2 (2023)

4. Pada penelitian Edy Junaedi dan Neneng dengan judul, Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Syariah Indonesia Di Tangerang. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan investigasi pengaruh Manfaat, keamanan dan kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking pada PT Bank Syariah Indonesia di Tangerang. Pertumbuhan transaksi pada BSI mobile mengalami peningkatan yang sangat pesat pada masa pandemi covid-19 sejak maret 2020 hingga sampai bulan juli 2021 jumlah pengguna mobile banking 2,5 juta pengguna dengan pertumbuhan transaksi BSI mobile sebesar 46,4 juta transaksi atau naik hingga 97,4%. Peningkatan transaksi BSI mobile ini didorong karena hadirnya kebiasaan baru dari masyarakat indonesia saat masa pandemi covid-19 dan aktivitas transaksi keuangan nasabah dalam berbelanja di *e-commerce*.

Metode penelitian dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner penelitian dan pengolahan data menggunakan SPSS versi 22. Variabel manfaat memiliki nilai coefficients sebesar 0.76, berpengaruh positif terhadap minat dengan nilai signifikan 0,02. Variabel keamanan memiliki nilai coefficients sebesar 0.169, variabel Persepsi Keamanan berpengaruh positif terhadap minat, namun tidak signifikan dengan nilai sebesar 0,162. Variabel kemudahan memberikan nilai koefisien sebesar, 0.464 Kemudahan berpengaruh secara Positif dan signifikan sebesar 0.000 terhadap minat menggunakan mobile banking. Hasil F hitung menunjukkan angka 74,210

dan nilai signifikan 0.000 yaitu lebih kecil dari nilai 0.5 ini berarti bahwa variabel-variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.¹⁹

Persamaan dengan penelitian ini karena sama-sama membahas faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking. Kedua penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi linier berganda, serta memiliki variabel independen yang mirip, yaitu manfaat dan kemudahan.

Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan variabel tambahan. Penelitian Edy Junaedi dan Neneng berfokus pada nasabah BSI di Tangerang dengan menambahkan variabel keamanan, sedangkan penelitian ini dilakukan pada nasabah BSI di Kecamatan Belopa dengan menambahkan variabel kepercayaan sebagai pengganti keamanan, serta pendapatan sebagai variabel moderasi untuk melihat sejauh mana pendapatan memengaruhi hubungan antara manfaat, kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan mobile banking.

5. Pada penelitian Agustinus Kismet Nugroho Jati dengan judul, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan: Peran pendapatan sebagai moderator pengetahuan keuangan. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis perilaku keuangan pengusaha UMKM perempuan dengan pendapatan sebagai variabel moderasi. Metode pengumpulan data yang

¹⁹ Edy Junaedi dan Neneng, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Syariah Indonesia Di Tangerang. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan investigasi pengaruh Manfaat, keamanan dan kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking pada PT Bank Syariah Indonesia di Tangerang," 2, no. 1, 2023

digunakan adalah melalui survey dengan menggunakan instrument berupa kuesioner. Re-sponden penelitian ini adalah pengusaha UMKM perempuan yang berdomisili di Solo dan Yogyakarta. Jumlah responden sebesar 400 dengan jumlah masing-masing wilayah sebanyak 200 responden. Penyebaran kuesioner dilakukan secara offline maupun online melalui google form.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan pendapatan tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan, *technology* dan gaya hidup berpengaruh negatif terhadap perilaku keuangan, *locus of control internal* dan kecerdasan spiritual berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan, pendapatan tidak mampu memoderasi hubungan literasi keuangan dengan perilaku keuangan. Hasil ini berimplikasi pada perilaku keuangan masyarakat perempuan yang berprofesi sebagai pengusaha UMKM untuk meningkatkan literasi keuangannya agar semakin baik dan bijak dalam perilaku keuangannya. Kata Kunci: Female MSMEs, Financial Behavior, Financial Knowledge, Solo Yogyakarta, Lifestyle.

Kedua penelitian sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linier berganda dan uji moderasi (MRA) serta menjadikan pendapatan (*income*) sebagai variabel moderasi untuk melihat pengaruhnya terhadap hubungan antar variabel utama.

Penelitian Jati meneliti pengaruh pengetahuan keuangan terhadap perilaku keuangan pada pelaku UMKM perempuan di Solo-Yogyakarta, sedangkan penelitian ini meneliti pengaruh kemanfaatan, kemudahan, dan

kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking BSI pada nasabah di Kecamatan Belopa. Selain itu, hasil penelitian Jati et al. menunjukkan pendapatan tidak memoderasi hubungan antar variabel, sementara penelitian ini menemukan bahwa pendapatan memoderasi hubungan kemudahan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking.

B. Landasan Teori

a. Mobile Banking

1. Pengertian Mobile Banking

Mobile banking merupakan layanan produk perbankan dalam ponsel yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja untuk melakukan berbagai jenis transaksi tanpa harus pergi ke bank atau ATM terdekat. mobile banking merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan dengan bantuan perangkat telekomunikasi seluler seperti ponsel atau tablet.²⁰

Mobile banking adalah salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi maju,

²⁰ Kuncoro, M. (2021). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga

layanan ini berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan ²¹

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. 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. Dengan adanya layanan mobile banking diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank. Mobile banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler/handphone GSM (*Global for Mobile Communication*) dengan menggunakan SMS (*Short Message Service*). ²²

Mobile banking adalah layanan perbankan melalui telepon seluler dengan menggunakan jaringan data yang digunakan oleh nasabah. Mobile banking merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan handphone jenis apapun. ²³

²¹ Mustafa, Z. (2023). Mengenal Variabel hingga Instrumentasi. Bogor: Ghalia Indonesia.

²² Noeraini, I. A., & Sugiyono, S. (2021). Pengaruh tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan JNE Surabaya. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM), 5(5).

²³ Yani (2022) "Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model" Jurnal Informatika, Vol.5 No.1

Mobile banking merupakan salah satu hasil pengembangan teknologi mobile yang digunakan dalam domain komersial. *Mobile banking* ini mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Berkat *Mobile Banking*, nasabah dapat menggunakannya untuk mendapatkan layanan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk transaksi personal. *Mobile banking* merupakan layanan baru yang ditawarkan oleh perbankan terhadap pelanggannya dan karena kenyamanannya. Nasabah sekarang menginginkan sesuatu yang lebih dari sekedar layanan perbankan. Nasabah menginginkan kenyamanan dan fleksibilitas pada produk dan jasa yang sesuai kebutuhan mereka serta mudah digunakan yang tidak biasa ditawarkan oleh perbankan tradisional.²⁴

Mobile banking berasal dari *internet banking* dan keduanya menawarkan peluang yang menguntungkan bagi bank dan nasabah. Perkembangan mobile banking didorong oleh keinginan para bankir untuk memangkas biaya dan juga keinginan nasabah untuk layanan perbankan yang efisien dan lebih baik..²⁵

Mobile banking merupakan sebuah layanan yang disediakan oleh bank untuk melakukan berbagai transaksi perbankan melalui berbagai fitur yang ada pada ponsel pintar (*smartphone*). Layanan mobile banking dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. *Mobile banking* juga menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan SMS banking karena

²⁴ Effendi, B. E. (2023). Kesiapan Bank Syariah dalam Menghadapi Resesi 2023. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 637-645.

²⁵ Hasibuan, H. M. (2020). *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Jakarta: Bumi. Aksara

nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS banking.²⁶

2. Sejarah Mobile Banking

Awal peluncuran mobile banking (*m-banking*) dilakukan *Excelcom* diakhir tahun 1995 dan mendapatkan berbagai macam respon. Yang melatar belakangi munculnya mobile banking dikarenakan bank ingin memperoleh kepercayaan dari debiturnya, dengan cara memanfaatkan teknologi. Perlu pemanfaatan pertumbuhan teknologi yang pesat ini dengan cara harus cermat dan tepat. Penyediaan terobosan teknologi baru yang bisa dipergunakan bank agar kualitas layanannya mengalami peningkatan hal ini menjadikan bank sedunia melakukan inovasi caranya menciptakan mobile banking. Seperti halnya di Indonesia, bank milik pemerintahan maupun bank swasta nasional bersaing membuat teknologi mobile banking.²⁷

Kemunculannya tidak ada hubungan dengan bank saja, akan tetapi juga memiliki kerjasama dengan operator seluler yang dapat menjadikan memberi yang lebih untuk semuanya, baik bagi bank, operator seluler ataupun debitur yang menggunakan *mobile banking*. *Sms banking* dan *mobile banking* merupakan sebagian dari *e-banking*, Perbankan elektronik disebut juga Internet Banking yaitu aplikasi saat debitur melaksanakan transaksi, pembayaran dan transaksi lain lewat internet menggunakan *website bank* yang ada sistem keamanannya. Seiring berjalannya waktu, bank mengadakan

²⁶ Basu Swastha, Dharmesta dan Irwan, “*Manajemen pemasaran Modern*” Yogyakarta (2023), 67

²⁷ Davis. (2023). *Preived Usefulnes, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology*. *MS Quarterly*, (Online) Vol. 13.

layanan atau jasa Internet Banking yang sudah ada aturannya pada peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 tahun 2007 mengenai penerapan manajemen risiko dalam penggunaan teknologi informasi oleh Bank Umum. Penyelenggaraan internet banking menjadi aplikasi teknologi informasi yang selalu mengalami perkembangan dan bermanfaat dalam melengkapi yang diinginkan debitur perbankan yaitu service cepat, aman, nyaman, harga terjangkau dan tersedia setiap waktu (24 jam) serta bisa mengaksesnya darimanapun baik itu dari Handphone, Komputer, Laptop/Notebook, PDA, dan lain-lain. Proses mobile banking sendiri muncul tidak hanya berhubungan dengan bank saja, namun teknologi ini juga bekerja sama dengan operator seluler maupun bagi para nasabah pengguna mobile banking. Bukti nyata bahwa mobile banking tersebar luas didunia adalah dengan melihat perkembangan mobile banking yang ada di negara-negara Eropa khususnya Jerman dan juga Amerika Serikat yang merupakan Negara-negara besar pengguna mobile banking.²⁸

3. Tujuan Mobile Banking

Layanan mobile banking memberikan kemudahan bagi para nasabahnya untuk melakukan transaksi perbankan seperti mengecek saldo, melakukan transfer antar rekening, pembayaran tagihan atau melakukan *top up e-wallet* tanpa mendatangi gerai bank dan tanpa bantuan petugas bank, tetapi kegiatan transaksi dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi mobile banking yang ada pada *handphone/smartphone* apa saja. menyatakan bahwa *mobile*

²⁸ Wulandari. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Layanan Mobile banking pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam. Skripsi (Sumatera Utara: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).

banking dapat memberikan layanan yang bersifat *informational*, *communicative* dan *transactional* dengan penjelasan sebagai berikut:

a. *Informational* (memberi informasi). Sebagai salah satu layanan yang diberikan perbankan, mobile banking menyediakan fitur yang hanya memuat informasi terkait produk-produk dan jasa yang dimiliki suatu bank seperti penjelasan dari produk atau jasa, cara pembukaan rekening untuk produk atau jasa, dan/atau syarat dan ketentuan ketika ingin menggunakan produk atau jasa. Pada fitur ini, sistem hanya terhubung ke server hosting situs atau tempat penyimpanan data di website bukan ke server utama bank sehingga risiko yang dihadapi tergolong rendah seperti kacaunya informasi di situs bank yang bersangkutan karena deface (mengubah isi situs internet).

b. *Communicative* (dapat berhubungan). Sistem kedua ini jauh lebih interaktif yaitu dalam sistem ini nasabah bisa melakukan dialog dengan server bank. Dialog disini berarti nasabah bisa melakukan interaksi dengan server bank diantaranya bisa meminta informasi saldo yang ada di rekening melalui aplikasi mobile banking, meminta data laporan transaksi, pengubahan data pribadi nasabah melalui aplikasi mobile banking ataupun melakukan kegiatan non finansial lainnya. Dalam sistem ini diperlukan pengawasan yang lebih karena pada sistem ini berhubungan langsung dengan beberapa server jaringan yang ada di bank sehingga risiko yang mungkin dihadapi lebih besar dari pada sistem yang pertama.

c. *Transactional* (dapat digunakan untuk transaksi). Pada sistem ini nasabah bisa leluasa melakukan kegiatan transaksi seperti transfer antar bank,

pembayaran tagihan, pembelian, TOP UP dan transaksi lainnya. Jalur pada sistem ini berhubungan langsung dengan server utama account di bank bersangkutan sehingga risiko yang mungkin dihadapi cukup besar. Oleh karena itu, dibutuhkan pengawasan dan penjagaan yang ketat untuk melindungi sistem dari ancaman *cyber crime*.

4. Fungsi Mobile Banking

Pada dasarnya fitur pada aplikasi mobil banking merupakan program berfungsi untuk menjalankan berbagai perintah dari pengguna (user) untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh pembuat atau penyedia aplikasi tersebut. Secara umum manfaatnya juga dapat menghasilkan kualitas perangkat lunak yang efektif untuk diterapkan dan mampu menyediakan produk yang bermanfaat bagi penggunanya. Berkaitan dengan berbagai perangkat lunak atau aplikasi dengan berbasis internet atau teknologi informasi fungsi fitur didesain sesuai dengan tujuan penggunaannya. menyebutkan fungsi dan fitur tersebut dapat dilihat dalam 5 hal, yaitu: ²⁹

1. Komunikasi (*Communication*), dimaksudkan dapat berfungsi untuk mengkomunikasikan kebutuhan transaksi yang dilakukan oleh penggunanya.
2. Perencanaan (*Planning*), desain fitur disediakan sesuai dengan lingkup yang direncanakan untuk keamanan dan kenyamanan penggunanya.
3. Pemodelan (*modelling*), dapat meringkas alur kebutuhan pengguna dan dapat dieksekusi sesuai tujuan untuk memudahkan, efektif dan efesiensi waktu bagi pengguna.

²⁹ Dama, D. (2020). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih laptop acer di toko Lestari Komputer Manado*. Jurnal berkala ilmiah efisiensi, 16(1).

4. Kontruksi (*Construction*) dapat berfungsi melengkapi seluruh proses yang dilakukan dengan tanpa kantor.

5. Pengembangan (*Deplovment*), fitur dapat terus dikembangkan untuk terus menjaga kualitas perangkat lunak dalam menyediakan produk yang bermanfaat bagi penggunanya.

5. Fitur Mobile Banking BSI

1) Info Rekening, berfungsi untuk melihat semua informasi transaksi rekening BSI Mobile, baik itu tabungan Wadiah, Mudharabah, ataupun tabungan Mabrur.

2) Transfer, berfungsi untuk memudahkan dalam mengirim uang antar rekening Bank Syariah Indonesia maupun rekening lain.

3) Pembayaran, berfungsi untuk memudahkan dalam melakukan transaksi pembayaran berbagai kebutuhan, misalnya pembayaran PLN, PDAM, BPJS, TV Kabel/Internet, *E-Commerce*, Asuransi, Haji dan Umrah, Ziswaf, dan lain-lain.

4) Pembelian, berfungsi untuk transaksi pembelian macam kebutuhan dengan mudah, misalnya pembelian pulsa, token listrik, paket data internet, dan lain-lain.

5) *Qris*, berfungsi untuk melakukan berbagai transaksi dengan mudah melalui scan QR yang tersedia.

6) E-mas, berfungsi untuk menabung dalam bentuk emas dan gadai emas.

7) Tarik tunai, berfungsi untuk melakukan penarikan dana tunai di rekening BSI tanpa menggunakan kartu debit.³⁰

b. Kemanfaatan

1. Pengertian Kemanfaatan

Menurut Mandrata & Sutarso manfaat yang dirasakan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwasannya penggunaan teknologi dalam suatu pemanfaatan akan mengalami peningkatan kinerja. Manfaat dapat digambarkan sebagai nilai fungsional benda, alat, produk, dll yang dapat memfasilitasi, mempromosikan, dan membatasi konsumsi waktu yang kurang hemat. Dalam persepsi manfaat berbicara mengenai tingkatan dimana pikiran dari seseorang yang dalam menggunakan suatu sistem atau teknologi dapat meningkatkan kinerjanya. Persepsi ini didefinisikan dengan berdasar pada definisi dari kata Useful yaitu kegunaan dari sesuatu dengan tujuan yang menguntungkan. Persepsi terhadap daya guna merupakan manfaat yang dapat diperoleh dengan menggunakan teknologi ini.³¹

Kemudahan penggunaan sangat diprioritaskan bagi sejumlah nasabah yang menjadi pengguna Mobile banking dan dapat memengaruhi nasabah dalam penggunaan mobile banking. Kemudahan penggunaan produk dan layanan dapat digunakan di mana saja, sehingga layanan perbankan menjadi efektif, menghemat waktu dan memberikan rasa aman kepada nasabah. Manfaat dari penggunaan mobile banking antara lain adalah, dapat melihat

³⁰ BSI. (2022). *Laporan Tahunan Bank Syariah Indonesia 2022*. Jakarta: PT Bank Syariah Indonesia Tbk.

³¹ Mandrata dan Sutarso, (2020). *Aspek Hukum Internet Banking*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada).

informasi saldo rekening terkini, melakukan transfer saldo antar bank atau menuju bank lain, adanya sistem tagihan internet, PDAM, listrik, TV berlangganan, pembelian pulsa, verifikasi kredit, informasi peningkatan mutasi, dan lain sebagainya.³²

2. Dasar manfaat Mobile Banking

Terdapat 5 (lima) dasar dalam Manfaat yang diperoleh dari beberapa teori sebelumnya yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) di teori TAM, motivasi ekstrinsik (*extrinsic motivation*) di teori MM, kecocokan tugas (*relative advantage*) di teori MPCU (*Model of PC utilization*), keuntungan relatif (*relative advantage*) di teori IDT dan ekspektasi hasil (*outcome expectations*) di teori SCT.³³

Konsep dari manfaat merupakan konsep yang menggambarkan dari manfaat teknologi informasi bagi penggunaanya yang erat hubungannya dengan produktivitas, kinerja kerja dan efektivitas yang dihasilkan dari kegunaan secara keseluruhan (Handayani).³⁴ Sedangkan menurut Sun *et al* dimensi dari manfaat dapat berupa pekerjaan yang lebih mudah (*makes job easier*), bermanfaat (*usefulness*), dapat meningkatkan produktifitas (*increase productivity*), dapat mendorong efektivitas (*enhance effectiveness*) dan dapat

³² Bakhtiar, M. R., & Kartika, E. (2020). Faktor-faktor pengaruh minat nasabah pengguna internet banking Bank Syariah Mandiri. 6(3), 156–167
<https://doi.org/https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5696>

³³ Adelia, M. (2020). Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1.

³⁴ Hardayani, Jalil, A., & Hamzah, S. A. Pengaruh Bagi Hasil Dan Kebutuhan Modal Terhadap Minat Umkm Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syariah Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(2), 178-198...2021

meningkatkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*).³⁵

Manfaat selalu ditemukan dalam beberapa penelitian dengan hasil berpengaruh, positif dan signifikan dalam mempengaruhi minat penggunaan teknologi informasi yang didasari oleh kegunaan, motivasi dan keuntungan yang dihasilkan dari penggunaan teknologi, maka akan timbul minat dalam penggunaan teknologi yang disebabkan oleh manfaat dari teknologi tersebut.

³⁶ Penggunaan teknologi baru akan dapat meningkat kinerja baik yang bersifat individual maupun non individual yakni berkelompok sehingga manfaat dari menggunakan teknologi mampu meningkatkan kinerja pada pekerjaan.

3. Persepsi Manfaat Dalam Teknologi

Manfaat merupakan konstruk TAM yang ditujukan untuk mengukur tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu sistem dapat membantu seseorang tersebut dalam mencapai kinerja pekerjaannya.³⁷

Perceived of usefull adalah variabel yang dapat disebut sebagai kemampuan untuk memperoleh manfaat yang signifikan setelah menggunakan sebuah sistem.³⁸

Menurut Boeree mengartikan ekspektasi sebagai sebuah kesenangan yang

³⁵ Sun et al Nasution, Mislal Hayati. & Sutisna. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. Jurnal Nisbah. Volume 1 Nomor 1. (2020)

³⁶ Adelia, M. Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa). Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1.(2023)

³⁷ Vekantesh. Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking. AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 19(No 1 (2022)), 91–100. 85 <https://doi.org/10.29264/jakt.v19i1.10711>

³⁸ Adenan. Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Fitur Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mandiri Syariah Mobile Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Palembang Veteran. Repository UIN RADEN FATAH PALEMBANG. [http://repository.radenfatah.ac.id/id/eprint/7725,\(2020\)](http://repository.radenfatah.ac.id/id/eprint/7725,(2020)) ³⁸ Basu Swastha, Dharmesta dan Irwan, “Manajemen pemasaran Modern” Yogyakarta (2023), 67

tidak konstan, yang muncul dari gagasan mengenai sesuatu di masa depan atau masa lalu tentang masalah yang kadang kita khawatirkan (ketika kita mendeteksi kemungkinan kesenangan dalam sebuah situasi tidak tentu yang berlawanan, maka kita merasakan harapan).³⁹ Menurut Miner, kinerja adalah bagaimana seseorang diharapkan dapat berfungsi dan berperilaku sesuai dengan tugas yang telah dibebankan kepadanya.⁴⁰ Setiap harapan mengenai bagaimana seseorang harus berperilaku dalam melaksanakan tugas, berarti menunjukkan suatu peran dalam organisasi. Suatu organisasi, baik organisasi pemerintah maupun privat dalam mencapai tujuan yang ditetapkan harus melalui sarana dalam bentuk organisasi yang digerakan oleh sekelompok orang yang berperan aktif sebagai pelaku dalam upaya mencapai tujuan lembaga atau organisasi yang bersangkutan.

Ekspektasi kinerja diartikan sebagai seberapa tinggikah seseorang/individu mempercayai atau meyakini bahwa memfungsikan suatu inovasi teknologi akan dapat menolongnya untuk mendapatkan berbagai profit pada karir dan pekerjaan. Kinerja individu diharapkan selaras dengan kinerja organisasi. Ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap niat penggunaan sistem informasi. Dapat dikatakan bahwa ekspektasi kinerja merupakan derajat seseorang mempercayai dan meyakini bahwa dengan melakukan dan menggunakan suatu perubahan dalam bekerja memanfaatkan teknologi informasi berbantuan komputer dapat membantu kinerjanya pada suatu bidang

³⁹ Boeree. Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *DINAMIS- Journal of Islamic Management and Bussines*, 2(2), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.24256/dinamis.v2i2.1254>

⁴⁰ Miner . *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada (2023)

pekerjaan tertentu.⁴¹ Kepercayaan digunakan karena merupakan kunci penting untuk membangun loyalitas pelanggan dan mempertahankan kontinuitas dalam hubungan pembeli dan penjual .⁴²

4. Indikator kemanfaatan

Menurut Davis dalam (Chawla dan Joshi) indikator yang digunakan untuk *perceived usefulness* adalah sebagai berikut:⁴³

1. *Work more quickly* yaitu individu yang dapat menyelesaikan pekerjaannya lebih cepat dengan menggunakan suatu teknologi akan membuat individu tersebut merasa bahwa teknologi yang digunakannya berguna, dan sebaliknya apabila individu menggunakan suatu teknologi dan tidak dapat membantu menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat, maka kepercayaan individu tersebut akan teknologi yang digunakannya akan menurun.

2. *Useful* yaitu individu yang menggunakan suatu teknologi merasa berguna untuk pekerjaannya merupakan tanda bahwa kepercayaan individu akan teknologi tersebut akan meningkat, dan sebaliknya apabila individu yang menggunakan suatu teknologi merasa tidak memiliki kegunaan, maka kepercayaan akan teknologi tersebut akan menurun.

3. *Effectiveness* yaitu individu yang menggunakan suatu teknologi dan dapat menyelesaikan pekerjaannya secara efektif, maka individu tersebut

⁴¹ Krismadinata, Arnovia, Syahril, & Yahfizham,. Pengaruh Penggunaan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bsicabang Jenggolo. Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance, 6(1), 179-191. (2023) [https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6\(1\).13052](https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6(1).13052)

⁴² Anderson dan Weitz Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, Fitur dan Keamanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep. Alkasb: Journal of Islamic Economics, 1(1). (2020)

⁴³ Davis. Manajemen Perbankan Syariah. Yogyakarta: K-Media, 2021

akan percaya bahwa teknologi tersebut berguna, dan sebaliknya individu merasa dengan menggunakan suatu teknologi tidak dapat membantu menyelesaikan pekerjaan secara efektif, maka individu tersebut tidak percaya akan teknologi tersebut.

4. *Easier* yaitu individu yang merasa pekerjaannya makin mudah dengan menggunakan suatu teknologi, maka individu tersebut akan merasa teknologi tersebut berguna, sebaliknya apabila individu merasa teknologi yang digunakan tidak mempermudah pekerjaannya, maka individu tersebut merasa teknologi tersebut tidak berguna.

5. *Performance* yaitu individu yang merasa performa kerjanya meningkat dengan menggunakan suatu teknologi, maka individu tersebut akan menganggap teknologi tersebut berguna, dan juga sebaliknya apabila individu merasa performa kerjanya tidak meningkat saat menggunakan suatu teknologi, maka individu tersebut tidak akan menganggap teknologi tersebut berguna bagi pekerjaannya.

c. Kemudahan

1. Pengertian kemudahan

Kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai keyakinan seseorang bahwa dalam memanfaatkan teknologi informasi, mereka tidak perlu bersusah payah, melainkan mampu melakukannya dengan mudah.

Kemudahan adalah sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar usaha. Sehingga persepsi kemudahan dapat diartikan sebagai proses seseorang untuk mengetahui sesuatu yang dapat mempermudah dan

memperlancar usahanya melalui panca indranya.⁴⁴

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan system tertentu tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*) atau dengan kata lain teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna.

Jogiyanto dalam Ratnaningrum menyatakan bahwa yang dimaksud dengan kemudahan ialah kemampuan seseorang untuk mengukur seberapa besar ia yakin bahwasanya tidak ada pengerahan tenaga fisik atau mental dengan menggunakan sistem tertentu.⁴⁵ Kemudahan penggunaan adalah ketika seseorang percaya bahwa sistem tertentu jauh lebih mudah digunakan dan dioperasikan, dan tidak perlu berjuang untuk melakukannya. mengingat sistem teknis yang mudah dioperasikan, terlepas dari penggunaan fisik atau mental, orang tersebut akan terus menggunakannya.⁴⁶

Davis memberikan definisi bahwa kemudahan penggunaan merupakan suatu tingkat dimana seseorang mempunyai keyakinan dalam penggunaan teknologi informasi yang dinilai sebagai suatu hal yang mudah dilakukan dan tidak membutuhkan tenaga yang banyak. Tujuan dari konsep ini, untuk memberi penjelasan dalam penggunaan teknologi informasi serta kemudahan dalam penggunaan sistem tersebut yang sesuai dengan keinginan penggunanya. Kita dapat menilai bagaimana niat perilaku dalam

⁴⁴ Ninik, Tumini, dkk. 2020. "*Pengaruh Jingle Iklan, Desain Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Vario di PT. Zirang Honda Semarang*", Journal of management, Vol. 1:1

⁴⁵ Jogiyanto. Sistem Informasi Kepribadian. Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2022

⁴⁶ Et al. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori dan Praktik. Jakarta: Get Press Indonesia, 2023

menggunakan produk tersebut atau tidak dengan menilai kepada sikap suka atau tidak sukanya.⁴⁷ Ada pula kemudahan penggunaan mobile banking diidentifikasi sebagai sejauh mana seseorang menganggap Bank mudah digunakan dan memerlukan sedikit usaha pengguna. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan transaksi perbankan dan kemudahan sistem dapat digunakan untuk tujuan yang sesuai dengan keinginan pengguna.

Teori kemudahan penggunaan merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan system informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Kemudahan ini akan mengurangi tenaga, pikiran, dan waktu yang digunakan untuk mempelajari dan menggunakan system informasi.

Menurut Jogiyanto dalam penelitian Nopy dan Lina teori kemudahan penggunaan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya. Apa bila nasabah beranggapan bahwa mobil e banking mudah dipelajari simple dan mudah dalam mengoperasikan, berarti layanan tersebut mudah untuk digunakan dan akan sering digunakan oleh nasabahnya.⁴⁸ Sebaliknya, jika para nasabah beranggapan mobile banking tidak mudah dipelajari, tidak simple, tidak rumit dan susah dalam mengoperasikan, maka layanan mobile banking tersebut tidak menimbulkan keputusan para nasabah untuk menggunakannya. Kemudahan sesuai dengan

⁴⁷ Davis. Sistem Informasi Manajemen. Bandung: Alfabeta, 2019

⁴⁸ Jogiyanto. Sistem Informasi Kepribadian. Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2020

firman Allah dalam Q.S Al-Insyirah ayat 5-6.

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا
fa inna ma'al-'usri yusrā

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا
inna ma'al-'usri yusrā

Terjemahnya:

"Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan " ⁴⁹

Dari ayat di atas Allah SWT menerangkan bahwa setelah kesulitan yang diberikan dalam hidup pasti dibalikinya terdapat kemudahan. Dalam konteks kemudahan, sesuai keterangan dari ayat tersebut dapat dipahami jika dikaitkan dengan mobile banking bahwa kemudahan penggunaan dapat mengurangi usaha seseorang baik waktu ataupun tenaga dalam menggunakan sistem mobile banking. Nasabah tidak perlu kesulitan untuk datang ke gerai bank dan menunggu antrian. Penggunaan produk layanan mobile banking diharapkan dapat mempermudah bagi nasabah dalam menggunakan transaksi.

Kemudahan penggunaan memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk sikap individu terhadap penerimaan suatu teknologi. Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Davis memberikan indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi antara lain: ⁵⁰

- a) Mudah difahami
- b) Mudah dipelajari

⁴⁹ Referensi: <https://tafsirweb.com/37702-surat-al-insyirah-ayat-5-6.html>

⁵⁰ Davis, Ratna dan Ramaditya, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money", Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2020. 8

c) Simple

d) Mudah pengoperasiannya.

2. Manfaat Kemudahan Mobile Banking

Mobile banking kini telah tersebar ke seluruh dunia tak hanya dinikmati oleh Negara peluncur system mobile banking saja, seluruh dunia pun telah menikmati kemudahan akses perbankan yang ditawarkan bank melalui mobile banking dimana saja melalui perangkat mobile manking seperti Handphone. Dengan adanya mobile banking, pihak bank berusaha mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan.

Para nasabah bank tidak perlu lagi pergi ke ATM untuk melakukan transaksi cukup dengan menggunakan telepon seluler. Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas Mobile Banking, baik berupa SIM toolkit (Menu Layanan Data) maupun SMS plain (SMS Manual), yang biasa dikenal dengan SMS Banking. SMS Banking merupakan sebuah fasilitas yang disediakan oleh bank untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan seperti cek saldo, mutasi rekening dan sebagainya. Keunggulan mobile banking adalah dapat diakses oleh seluruh pengguna telpon seluler dengan tipe GSM. Dengan luasnya jangkauan signal GSM, layanan mobile banking tentu saat memanjakan para nasabahnya. Namun untuk pengguna ponsel dengan tipe CDMA, belum semua operatornya menyediakan layanan Mobile Banking. Kemanfaatan penggunaan mobile banking bagi nasabah meliputi membuat pekerjaan lebih mudah menambah produktivitas, mempertinggi efektivitas, dan mengembangkan kinerja pekerjaan. Kemanfatan

yang meningkatkan kinerja dan berdampak terhadap penggunaan teknologi.⁵¹

3. Persepsi Kemudahan Dalam Teknologi

Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana sistem ini tidak memerlukan usaha dalam menggunakannya sehingga semakin besar kemungkinan untuk terus menerus digunakan.⁵² Kemudahan juga menandakan tingkat kesulitan suatu teknologi tertentu.⁵³ Kemudahan mengacu pada seberapa mudah seseorang berpikir dalam menggunakan sebuah sistem.⁵⁴ Menurut Ghalandari, Kemudahan adalah tingkat di mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantunya untuk mendapatkan keuntungan dalam kinerja pekerjaan. Kemudahan juga menjadi predictor utama untuk niat seseorang dalam menggunakan kembali teknologi tersebut. Karena kemudahan menandakan tingkat kesulitan suatu teknologi tertentu.⁵⁵ Kemudahan adalah tingkat dari sebuah kenyamanan yang dirasakan untuk menggunakan sebuah system. Menurut Davis, sebuah aplikasi dapat diterima oleh penggunanya ketika sebuah aplikasi tersebut mudah digunakan.⁵⁶ Oleh karena itu definisi Kemudahan pada teknologi menggambarkan bagaimana individu mempersepsikan tingkat kemudahan menggunakan teknologi.⁵⁷ Kemudahan dalam penggunaan memiliki dampak signifikan pada niat untuk

⁵¹ Wulandari, Safitri, Eli, N. Pengaruh Kemudahan Akses, Trust, Keamanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking di Bank BSI KCP Kencong (UIN KHAS JEMBER). [http://digilib.uinkhas.ac.id/15353/1/NINDI ELI SAFITRI E20181081 tanggal 25.pdf](http://digilib.uinkhas.ac.id/15353/1/NINDI%20ELI%20SAFITRI%20E20181081%20tanggal%2025.pdf), (2020)

⁵² Venkatesh. et al, 2021

⁵³ Agarwal & Prasad. Pengaruh Pengetahuan, Produk dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank syariah. Skripsi (Bone: Institut Agama Negeri Bone) (2021)

⁵⁴ Adenan, Crow, Alice, L. D. C. Psikologi Pendidikan. PT Bina Ilmu, 2020

⁵⁵ Ghalandari, Kusumastuti, Adhi, Ahmad Mustamil Khoiron, and Taofan Ali Achmadi. Metode penelitian kuantitatif. Yogyakarta: Deepublish, 2020

⁵⁶ Davis, Nelwan, Jeffry Z.C, dkk. Layanan Internet Banking dan Mobile Banking di Bank KB Bukopin. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021

⁵⁷ Venkatesh. et al, 2021

memakai sebuah sistem Dalam keberhasilan menerima sebuah teknologi, desain sebuah sistem seperti platform dapat memungkinkan pengguna untuk menavigasikannya dengan mudah atau tidak.⁵⁸

4. Indikator Kemudahan

Menurut Davis, indikator yang digunakan untuk *perceived ease of use* adalah sebagai berikut:⁵⁹

1. *Easy to learn* yaitu individu yang dapat mempelajari suatu teknologi dengan mudah merupakan tanda bahwa individu tersebut menganggap teknologi tersebut mudah digunakan, sebaliknya bila individu sulit untuk mempelajari suatu teknologi maka individu tersebut akan menganggap teknologi tersebut tidak mudah untuk digunakan.

2. *Easy to understand* yaitu individu yang merasa suatu teknologi mudah untuk dipahami maka individu menganggap teknologi tersebut mudah untuk digunakan, sebaliknya pula bila individu merasa suatu teknologi sulit untuk dipahami maka individu menganggap teknologi tersebut tidak mudah untuk digunakan.

3. *Effortless* yaitu individu yang merasa suatu teknologi dapat dilakukan secara ringkas, maka teknologi tersebut dianggap mudah untuk digunakan dan sebaliknya bila suatu teknologi tidak dapat dilakukan secara ringkas, maka teknologi tersebut tidak mudah untuk digunakan.

4. *Easy to use* yaitu individu yang merasa suatu teknologi mudah untuk digunakan, maka individu akan merasa kepercayaannya meningkat akan

⁵⁸ Wong, Priyatno, Duwi. Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan Spss. Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2020

⁵⁹ Davis Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan Spss. Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2020

teknologi tersebut, sebaliknya bila individu merasa suatu teknologi tidak mudah untuk digunakan, maka rasa percaya individu terhadap suatu teknologi akan menurun.

d. Kepercayaan

1. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan merupakan kemauan atau kepekaan seseorang terhadap tindakan orang lain dengan harapan bahwa orang lain tersebut akan melakukan suatu aktivitas atau tindakan pada orang yang memiliki kepercayaan terhadapnya tanpa perlu dilakukan pengawasan atau pengendalian kepadanya.⁶⁰ Kepercayaan menurut lee dan lau merupakan kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan resiko tertentu. Kesediaan ini muncul karena adanya pemahaman individu tentang pihak lain yang didasarkan pada masa lalunya, adanya harapan pihak lain akan memberikan sumbangan yang positif (walaupun ada juga kemungkinan pihak lain memberikan sumbangan yang negatif). Sedangkan Gefen mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan untuk membuat dirinya peka kedalam tindakan yang diambil oleh pihak yang dipercaya yang didasarkan pada keyakinan.⁶¹ Kepercayaan adalah hal yang krusial dalam masalah pada transaksi online.

Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan.

⁶⁰ Hannum, Crow, Alice, L. D. C. Psikologi Pendidikan. PT Bina Ilmu, 2024

⁶¹ Alfian, Dhawami, Ahmad dan Fitra Rizal. "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Muamalat Digital Islamic Network." *Journal of Islamic Banking and Finance*, 2. 2 (2023)

Kepercayaan dibutuhkan oleh pengguna teknologi informasi dalam rangka meningkatkan kinerja seseorang dalam suatu kegiatan. Chellappa dan Pavlou dalam Chawla & Joshi mengatakan bahwa para pengguna teknologi harus percaya bahwa transaksi yang dilakukan sesuai dengan ekspektasi pengguna dan seluruh data transaksi pengguna tidak boleh di sebar luaskan kepada pihak yang tidak berwenang. Trust digambarkan oleh Morgan and Hunt sebagai situasi dimana seseorang yang percaya dalam integritas partnernya dan percaya bahwa partnernya dapat diandalkan.⁶²

Sedangkan menurut beberapa ahli kepercayaan adalah:

a. Kepercayaan adalah suatu sikap atau keyakinan seseorang terhadap orang lain maupun organisasi. Yang diartikan kepercayaan nasabah terhadap penggunaan layanan mobile banking adalah keyakinan nasabah terhadap pihak bank dalam segala transaksi perbankan yang digunakan. Dalam menjaga kepercayaan nasabah, pihak bank harus memberikan pelayanan yang terbaik, seperti contoh dalam sistem keamanan.⁶³

b. Menurut Ba dan Pavlou dalam Dwika Lodia Putri, mendefinisikan kepercayaan sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian. Kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting

⁶² Chawla & Joshi Ellitan, Lena dan Lina Anatan. Sistem Informasi Manajemen. Bandung: Alfabeta, 2023

⁶³ Ernawati, Nopy dan Lina Noersanti. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo" Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, (2020). 5

untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya.⁶⁴

Kepercayaan dalam konsep islam dijelaskan dalam QS AnNisa ayat 58, yaitu:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Innallāha ya`murukum an tu`addul-amānāti ilā ahlihā wa izā ḥakamtum bainan-nāsi an taḥkumu bil-'adl, innallāha ni'immā ya'izukum bih, innallāha kāna samī'am baṣīrā

Terjemahnya:

"Sesungguhnya Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat "⁶⁵

Ayat ini bersifat umum, sehingga amanah itu diartikan sebagai kepercayaan. Dalam semua proses bisnis, kepercayaan merupakan kunci utama. Kepercayaan dibangun dengan kenal dan saling mengenal secara baik, ada proses ijab qabul dan lain sebagainya.

Adapun hadits tentang kepercayaan adalah sebagai berikut:

لَا إِيمَانَ لِمَنْ لَا أَمَانَةَ لَهُ وَلَا دِينَ لِمَنْ لَا عَهْدَ لَهُ

Lahu 'ahda lā liman dīna wa lā lahu amānata lā liman imāna lā.

⁶⁴ Ba dan Pavlou. 2021. Pengaruh persepsi Teknologi Informasi, Resiko dan Handling Complain Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking. Skripsi (UIN Raden Intan Lampung)

⁶⁵ <https://tafsirweb.com/1590-surat-an-nisa-ayat-58.html>

Terjemahnya:

"Tidak sempurna iman seseorang yang tidak amanah, dan tidak sempurna agama orang yang tidak menunaikan janji" (HR. Ahmad) ⁶⁶

Kepercayaan mempunyai keterkaitan yang cukup tinggi dengan produk jasa. Akan tetapi nasabah tidak langsung bisa percaya terhadap produk jasa dari bank, nasabah akan meneliti terlebih dahulu apakah terdapat aspek yang menjamin keamanannya dalam melakukan transaksi ataukah tidak. Menurut Maharani indikator kepercayaan ialah:

- 1) Keandalan, yaitu bagaimana mobile banking selalu konsisten memberikan layanan yang terpercaya bagi pengguna.
- 2) Kejujuran, yaitu bagaimana mobile banking menawarkan produk yang sesuai dengan informasi yang diberikan kepada pengguna.
- 3) Kepedulian, yaitu bagaimana mobile banking selalu memberikan layanan yang baik bagi pengguna.
- 4) Kredibilitas, yaitu bagaimana mobile banking bisa menunjukkan kualitas/kekuatan yang dimilikinya untuk meningkatkan kepercayaan pengguna.

2. Timbulnya Kepercayaan Pada Produk dan Jasa

Kepercayaan adalah kesediaan satu pihak untuk mempercayai pihak lain berdasarkan pada harapan bahwa pihak lain tersebut akan melakukan tindakan yang penting bagi pihak yang telah mempercayainya.⁶⁷ Kepercayaan konsumen

⁶⁶ <https://bsimobile.co.id/fitur-layanan/> diakses pada 12 juli 2024

⁶⁷ Chawla & Joshi, Iranati, Rahma Bellani Oktavindria. 2020. Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah. (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)

tidak timbul dari proses yang sebentar. Kepercayaan akan timbul setelah melalui berbagai proses dan apabila kepercayaan sudah terbentuk, maka akan ada usaha untuk membina hubungan kerjasama yang lebih baik. Faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga, yaitu kemampuan, kebaikan hati dan integritas, yaitu:

1. Kemampuan (*Ability*) Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/organisasi dalam mempengaruhi dan mengotorisasi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi. *Ability* meliputi kompetensi, pengalaman, pengesahan institusional, dan kemampuan dalam ilmu pengetahuan.
2. Kebaikan hati (*Benevolence*) Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. *Profit* yang diperoleh penjual dapat dimaksimumkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi. Penjual bukan semata-mata mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan konsumen. *Benevolence* meliputi perhatian, empati, keyakinan, dan daya terima.
3. Integritas (*Integrity*). Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak.

Kualitas produk yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak. *Integrity* dapat dilihat dari sudut kewajaran, pemenuhan, keterkaitan, dan kehandalan.

3. Karakteristik Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan sangat bermanfaat dan penting untuk membangun kepuasan walaupun menjadi pihak yang di percaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama. Menurut pappers dan ronggers menyatakan bahwa karakteristik yang mempengaruhi kepercayaan adalah: ⁶⁸

1. Nilai merupakan hal dasar untuk membangun sebuah kepercayaan. Pihak-pihak dalam sebuah relationship yang memiliki perilaku, tujuan, dan kebajikan yang sama akan mempengaruhi kemampuan mengembangkan kepercayaan.
2. Ketergantungan, Ketegantungan pada pihak lain mengimplikasikan kerentaan. Untuk mengurangi resiko pihak yang tidak percaya akan membina relationship kepada pihak yang di percaya.
3. Komunikasi yang terbuka dan teratur. Komunikasi yang di lakukan untuk menghasilkan kepercayaan harus di lakukan secara teratur dan berkualitas tinggi dengan kata lain harus relevan dan tepat waktu. Komunikasi masa lalu yang positif akan menimbulkan kepercayaan dan pada masa yang akan datang akan menjadi komunikasi yang lebih baik.

⁶⁸ Pappers dan Ronggers. Layanan Internet Banking dan Mobile Banking di Bank KB Bukopin. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021

4. Indikator Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan. Dalam hal penggunaan mobile banking, kebanyakan pengguna tidak memahami betul resiko keamanan dan kerahasiaan dari mobile banking, mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan, padahal pengguna tidak mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan dari mobile banking. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi perbankan. Menurut Suh dan Han, trust termasuk dalam tiga dimensi berikut ini:⁶⁹

1. Keandalan ditujukan kepada penyedia mobile service yang mempunyai pengetahuan dan kemampuan yang cukup untuk menjalani tugas penyedia dengan baik dan benar.
2. Integritas penyedia mobile service menepati janjinya.
3. Kredibilitas penyedia mobile service akan peduli dengan kepentingan dari pengguna, bukan hanya peduli dengan kepentingannya sendiri

e. Bank Syariah Indonesia

Regulasi perbankan di Indonesia secara sistematis dimulai pada tahun 1967 dengan dikeluarkan UU No. 14 Tahun 1967 dengan dikeluarkan UU No. 14 Tahun 1967 tentang pokok-pokok perbankan sebagai pedoman

⁶⁹ Chawla & Joshi, Iranati, Rahma Bellani Oktavindria. 2020. Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah. (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)

pengaturan tentang perbankan di Indonesia. Ini merupakan undang-undang perbankan yang pertama kali dibuat oleh pemerintah Republik Indonesia di zaman kemerdekaan Indonesia. Kemudian titik terang pendirian Lembaga bank dengan system syariah dimulai pada tahun 1992 tentang perbankan, dimana perbankan hasil diakomodasi. Undang-undang ini menyebutkan ada dua unsur perbankan nasional yaitu perbankan berdasarkan prinsip bagi hasil dan bank yang dioperasikan berdasarkan kepada prinsip rateinterest (bunga). Pada periode undang-undang No. 10 tahun 1998 yang diharapkan dapat memperluas ruang gerak perbankan syariah, ternyata belum cukup mampu mengakomodasikan kebutuhan oprasional syariah. Melihat dari kenyataan yang ada dalam undang-undang tersebut sehingga pada tahun 2008 merupakan era penting bagi perkembangan regulasi bank dan keuangan syariaha. Pada tahun ini telah dikeluarkan Undang-Undang No. 12 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang di sahkan pada tanggal 17 Juni 2008. Dengan lahirnya undang-undang tentang bank syariah ini, apakah memang benar-benar eksistensi bank syariah itu telah memiliki kekuatan payung hukum dan bagaimana dengan peraturan-peraturan tentang bank syariah yang ada pada undang-undang sebelumnya.⁷⁰

f. Minat Nasabah

1. Pengertian Minat Nasabah

Minat dapat diartikan suatu keinginan yang timbul dari suatu perhatian seseorang terhadap barang, benda atau dapat juga dikatakan dorongan ingin

⁷⁰ Indonesia. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 94. Jakarta.

melakukan kegiatan tertentu. Minat sama artinya dengan perhatian, antara minat dan perhatian pada umumnya dianggap sama atau tidak ada perbedaan. Memang keduanya hampir sama dan dalam praktek selalu bergandengan satu sama lain. jika seseorang yang tertuju pada suatu obyek sebenarnya dimulai dengan adanya minat dalam hal tersebut. Minat ialah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi), yang tertuju pada suatu dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang terkuat”.

Perhatian ialah keaktifan jiwa yang diarahkan kepada sesuatu obyek tertentu. Dalam gejala perhatian, ketiga fungsi tersebut juga ada, tetapi unsur pikiranlah yang terkuat pengaruhnya. Antara minat dan perhatian selalu berhubungan dengan praktek. Apa yang menarik minat dapat menyebabkan adanya perhatian dan apa yang menyebabkan adanya perhatian kita terhadap suatu tentu disertai dengan minat.⁷¹

Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan atau menjadi pelanggan bank dalam hal keuangan.⁷² Arti nasabah pada lembaga perbankan sangat penting. Nasabah itu sangat berpengaruh terhadap kelanjutan suatu bank. Oleh karena itu bank harus dapat menarik nasabah sebanyakbanyaknya agar dana yang terkumpul dari nasabah tersebut dapat diputar oleh bank yang nantinya disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan bank. Minat nasabah adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih, ketika seseorang

⁷¹ Ahmadi, Heriyana. "Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Belanja Online." *Jurnal Ekonomia*, 10. 1 (Februari, 2020), 3

⁷² Nasution, Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan di Indonesia, Internet Banking di Indonesia, Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan, 2022, h. 38

menilai bahwa sesuatu bisa bermanfaat, maka bisa menjadi berminat, kemudian hal tersebut bisa mendatangkan kepuasan, ketika kepuasan menurun maka minatnya juga bisa menurun. Sehingga minat tidak bersifat permanen, tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah. Jadi dapat disimpulkan bahwa minat nasabah adalah motivasi nasabah untuk melakukan atau menilai suatu produk dalam bank sehingga mendatangkan kepuasan.⁷³

Teori-teori minat yang ada dikembangkan oleh berbagai tokoh psikologi yang memiliki pandangan berbeda mengenai bagaimana minat terbentuk dan berkembang. William James, salah satu pelopor dalam psikologi fungsional, mengemukakan bahwa minat adalah respons adaptif yang membantu individu bertahan dan berkembang dalam lingkungan.⁷⁴ Sedangkan Albert Bandura dengan teorinya yang berfokus pada kognisi sosial,⁷⁵ seperti konsep *self-efficacy*, menjelaskan bahwa minat terbentuk melalui interaksi antara individu dan lingkungan sosialnya.⁷⁶ John Dewey dan Carl Rogers dalam teori afektif menekankan pentingnya emosi dalam pembentukan minat, menganggap bahwa keterlibatan emosional dalam suatu aktivitas dapat memperkuat minat

⁷³ Saladin, Dhawami, Ahmad dan Fitra Rizal. "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Muamalat Digital Islamic Network." *Journal of Islamic Banking and Finance*, 2. 2 (2023)

⁷⁴ William James, *"The Varieties of Religious Experience: A Study in Human Nature. New York and London: Longmans, Green, and Co., 1902 reprint ed., Cambridge, Massachusetts and London: Harvard University Press"*, 1982). hlm. 66.

⁷⁵ Albert Bandura dalam jurnal Miftahun Ni'mah Suseno tentang "Pengaruh Pelatihan Komunikasi Interpersonal Terhadap Efikasi Diri Sebagai Pelatih Pada Mahasiswa". 2020. Vol. 1 (1)

⁷⁶ Nuzulia, Siti. "Dinamika Stress Kerja, *Self Efficacy* dan Strategi Coping". Semarang: Universitas Diponegoro. 2021

seseorang.⁷⁷ John Holland memperkenalkan teori kecocokan individu dengan lingkungan, menyatakan bahwa minat berkembang ketika ada kesesuaian antara kepribadian individu dan pekerjaan atau lingkungan yang mereka pilih.

⁷⁸ Terakhir, Hilda Taba dan René Descartes dalam teori perkembangan minat berpendapat bahwa minat berkembang seiring waktu dan dipengaruhi oleh pengalaman, interaksi sosial, dan faktor kognitif yang saling berkaitan.⁷⁹

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwasanya minat nasabah adalah keinginan dan motivasi yang mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka inginkan, hal tersebut dapat memberikan perhatian lebih kepada nasabah yang ingin menabung sehingga hal tersebut bisa mendatangkan kepuasan tersendiri bagi para nasabah. di dalam minat terkandung unsur motif atau dorongan dari dalam diri nasabah yang merupakan daya tarik untuk melakukan aktivitas atau kegiatan sesuai dengan tujuannya. timbulnya minat nasabah terhadap bank syariah juga dipengaruhi oleh adanya keinginan atau kebutuhan.

2. Ciri-ciri Minat

Ciri-ciri dapat diartikan sebagai tanda khas yang membedakan dengan yang lain, dalam minat juga terdapat beberapa ciri-ciri yang dapat membedakan, memperjelas agar tidak salah penilaian. Terdapat beberapa ciri-

⁷⁷ John Dewey & Rogers, Carl. *"A theory of therapy, personality and interpersonal relationships as developed in the client-centered framework."* in (Ed.) S. Koch. *Psychology: A study of a science. Vol. 3: Formulations of the person and the social context.* New York: McGraw Hill.2020

⁷⁸ Holland, John L. *"Making Vocational Choice: A Theory of Vocational Personalities and Work Environment 3Rd edition.* Florida: Psychological Assesment Resources,Inc".2020

⁷⁹ Taba, Hilda & René Descartes. *"Curriculum Development: Theory and Practice.* New York: Harcourt, Brace & World, INC" 2020

ciri minat seperti yang dikemukakan menurut Hurlock dalam ada tujuh ciri-ciri minat sebagai berikut:⁸⁰

1. Minat tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik dan mental. Minat di semua bidang berubah selama terjadi perubahan fisik dan mental, misalnya perubahan minat dalam hubungannya dengan perubahan usia.
2. Minat tergantung pada kegiatan belajar, misalnya kesiapan belajar merupakan salah satu penyebab meningkatnya minat seseorang.
3. Minat tergantung pada kesempatan belajar, misalnya kesempatan belajar merupakan faktor yang sangat berharga, sebab tidak semua orang dapat menikmatinya.
4. Perkembangan minat mungkin terbatas. Misalnya keterbatasan ini mungkin dikarenakan keadaan fisik yang tidak memungkinkan
5. Minat dipengaruhi budaya, misalnya budaya sangat memengaruhi sebab jika budaya sudah mulai luntur mungkin minat juga ikut luntur.
6. Minat berbobot emosional, misalnya minat berhubungan dengan perasaan senang yang akhirnya dapat diminatinya.
7. Minat berbobot egosentris, misalnya jika seseorang senang terdapat sesuatu, maka akan timbul hasrat untuk memilikinya. Dari ciri-ciri diatas dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri minat yaitu minat dapat tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik dan mental, hal ini berhubungan dengan umur, minat tergantung pada kegiatan belajar, minat tergantung pada kesempatan

⁸⁰ Fadillah, Sa'diyah, Mahmudatus dan Nur Aziroh. "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna Mobile Banking di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus." Jurnal Equilibrium

belajar, keadaan fisik yang memungkinkan atau tidak, minat dipengaruhi oleh budaya, minat berbobot emosional, minat berbobot *egosentris*.

3. Jenis-jenis Minat

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa bentuk, seperti yang dikemukakan oleh Buchori minat dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu minat primitif dan minat kultural yaitu:⁸¹

1. Minat *primitif* Yaitu minat yang bersifat biologis, seperti kebutuhan makan, minum, bebas bergaul dan sebagainya. Jadi pada jenis minat ini meliputi kesadaran tentang kebutuhan yang langsung dapat memuaskan dorongan untuk mempertahankan organisme.

2. Minat *kultural* Disebut juga minat sosial yang berasal atau diperoleh dari proses belajar. Jadi minat kultural disini lebih tinggi nilainya dari pada minat primitif.

Dari bentuk minat tersebut terdapat dua bentuk minat yaitu minat primitif dan minat kultural. Minat primitif mempunyai sifat biologis seperti kebutuhan makan dan minum, sementara minat kultural atau minat sosial yang diperoleh dari hasil belajar

4. Faktor Faktor yang Mempengaruhi Minat

Menurut Jalil dan Hamzah Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu: ⁸²

⁸¹ Buchori, Wikipedia. Diakses dari laman <https://id.m.wikipedia.org> pada 29 Oktober ds 2020

⁸² Jalil & Hamsah. "Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus pada Nasabah Bank Mnadiri)." *Jurnal Ikraith Ekonomika*, 2. 2 (2022), 24.

1. Dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian)
2. Berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, sekolah dan Masyarakat.

Menurut Crow and Crow dikutip dari Saleh dan Wahab ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, dan sebagai indikator minat yaitu: ⁸³

1. Dorongan dari dalam individu, misalnya dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain.
2. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
3. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat suatu konsumen dalam membeli suatu produk dapat dilihat dari segi eksternal dan internal. Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang berasal dari lingkungan eksternal, individu yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam membeli suatu produk. yang termasuk dalam faktor eksternal adalah faktor budaya dan faktor sosial. Sedangkan dari faktor internal adalah faktor-faktor yang berasal dari lingkungan internal yang berpengaruh terhadap minat dalam membeli suatu produk, yang terdiri dari :
 - a. Faktor pribadi, dalam minat suatu pembelian produk, faktor pribadi juga mempengaruhi seorang individu. Faktor tersebut terdiri dari: umur dan

⁸³ Crow. Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan Spss. Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2018

tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

b. Faktor psikologi adalah salah satu faktor yang cukup dominan dalam menentukan minat pembelian suatu produk, sebab pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh pola hidup keluarga dan kepribadiannya.

4. Indikator Minat

Menurut Ferdinand dalam Ferista W. terdapat 4 indikator dalam minat, yaitu sebagai berikut:⁸⁴

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
4. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

g. Pendapatan

1. Defenisi Pendapatan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja

⁸⁴ Ferdinan , Safitri, Eli, N. 2022. Pengaruh Kemudahan Akses, Trust, Keamanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking di Bank BSI KCP Kencong (UIN KHAS JEMBER). [http://digilib.uinkhas.ac.id/15353/1/NINDI ELI SAFITRI E20181081 tanggal 25.pd](http://digilib.uinkhas.ac.id/15353/1/NINDI%20ELI%20SAFITRI%20E20181081%20tanggal%2025.pdf)

(usaha atau sebagainya).⁸⁵ Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.⁸⁶

Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Reksoprayitno mendefinisikan: “Pendapatan (*revenue*) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.⁸⁷

Pendapatan masyarakat adalah penerimaan dari gaji atau balas jasa dari hasil usaha yang diperoleh individu atau kelompok rumah tangga dalam satu bulan dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sedangkan pendapatan dari usaha sampingan adalah pendapatan tambahan yang merupakan penerimaan lain dari luar aktifitas pokok atau pekerjaan pokok. Pendapatan sampingan yang diperoleh secara langsung dapat digunakan untuk menunjang atau menambah pendapatan pokok.

Soekartawi menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja

⁸⁵ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1998), hlm. 185

⁸⁶ BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), hlm. 230

⁸⁷ Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, (Jakarta: Bina Grafika, 2022), hlm. 79

bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.⁸⁸

Tingkat pendapatan merupakan salah satu kriteria maju tidaknya suatu daerah. Bila pendapatan suatu daerah relatif rendah, dapat dikatakan bahwa kemajuan dan kesejahteraan tersebut akan rendah pula. Kelebihan dari konsumsi maka akan disimpan pada bank yang tujuannya adalah untuk berjaga-jaga apabila baik kemajuan dibidang pendidikan, produksi dan sebagainya juga mempengaruhi tingkat tabungan masyarakat. Demikian pula hanya bila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut tinggi pula.⁸⁹

Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada kemampuan keluarga dalam mengelola penerimaan atau pendapatannya. Selain itu pengalaman berusaha juga mempengaruhi pendapatan. Semakin baiknya pengalaman berusaha seseorang maka semakin berpeluang dalam meningkatkan pendapatan. Karena seseorang atau kelompok memiliki kelebihan keterampilan dalam meningkatkan aktifitas sehingga pendapatan turut meningkat. Usaha meningkatkan pendapatan masyarakat dapat dilakukan dengan pemberantasan kemiskinan yaitu membina kelompok

⁸⁸ Soekartawi, *Faktor-faktor Produksi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2022), hlm. 132

⁸⁹ Mahyu Danil, "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen", *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No. 7: 9.2021

masyarakat dapat dikembangkan dengan pemenuhan modal kerja, ketepatan dalam penggunaan modal kerja diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan usaha sesuai dengan yang diharapkan sehingga upaya peningkatan pendapatan masyarakat dapat terwujud dengan optimal.

Seperti halnya yang dikemukakan oleh Toweulu bahwa “Untuk memperbesar pendapatan, seseorang anggota keluarga dapat mencari pendapatan dari sumber lain atau membantu pekerjaan kepala keluarga sehingga pendapatannya bertambah”.⁹⁰

Sedangkan menurut Boediono pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain dipengaruhi:⁹¹

- 1) Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada, hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian.
- 2) Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.
- 3) Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.

Tingkat pendapatan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat. Hubungan antara pendapatan dan konsumsi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam berbagai permasalahan ekonomi. Kenyataan menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi meningkat dengan naiknya pendapatan, dan sebaliknya jika pendapatan turun, pengeluaran konsumsi juga turun. Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada

⁹⁰ Sudarman Toweulu, *Ekonomi Indonesia*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2021), hlm. 3

⁹¹ Boediono, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2022), hlm. 150

kemampuan keluarga dalam mengelola penerimaan atau pendapatannya.⁹² Distribusi pendapatan adalah penyaluran atau pembelanjaan masyarakat untuk kebutuhan konsumsi. Kurangnya distribusi pendapatan dapat menimbulkan daya beli rendah, terjadinya tingkat kemiskinan, ketidakadilan, kelaparan dan lain-lain yang akhirnya akan menimbulkan anti pati golongan masyarakat yang berpendapatan rendah terhadap yang berpendapatan tinggi, sehingga akan menimbulkan kecemburuan sosial di dalam masyarakat.⁹³

2. Prinsip Pendapatan

Pendapatan atau upah dapat didefinisikan dengan sejumlah uang yang dibayar oleh orang yang memberi pekerjaan kepada pekerja atas jasanya sesuai perjanjian.⁹⁴ Islam menawarkan suatu penyelesaian yang sangat baik atas masalah upah dan menyelamatkan kepentingan kedua belah pihak, kelas pekerja dan para majikan tanpa melanggar hak-hak yang sah dari majikan Prinsip ini terdapat dalam surat Al-Baqarah ayat 279.

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتِغُوا فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

*Fa il lam taf'alu fa`zanu biharbim minallāhi wa rasūlih, wa in tubtum fa lakum ru`usu amwālikum, lā tazlimūna wa lā tuzlamun.*⁹⁵

Terjemahanny:

⁹² Mahyu Danil, "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen", *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No. 7: 9.2022

⁹³ Soekartawi, *Faktor-faktor Produksi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2022), hlm. 9

⁹⁴ Umer, Chapra, "Prinsip Pendapatan" hlm. 361

⁹⁵ <https://tafsirweb.com/1045-surat-al-baqarah-ayat-279.html>.

Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.

3. Indikator Pendapatan

Indikator pendapat menurut penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:⁹⁶

- 1) Untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga
- 2) Untuk memenuhi biaya produksi.

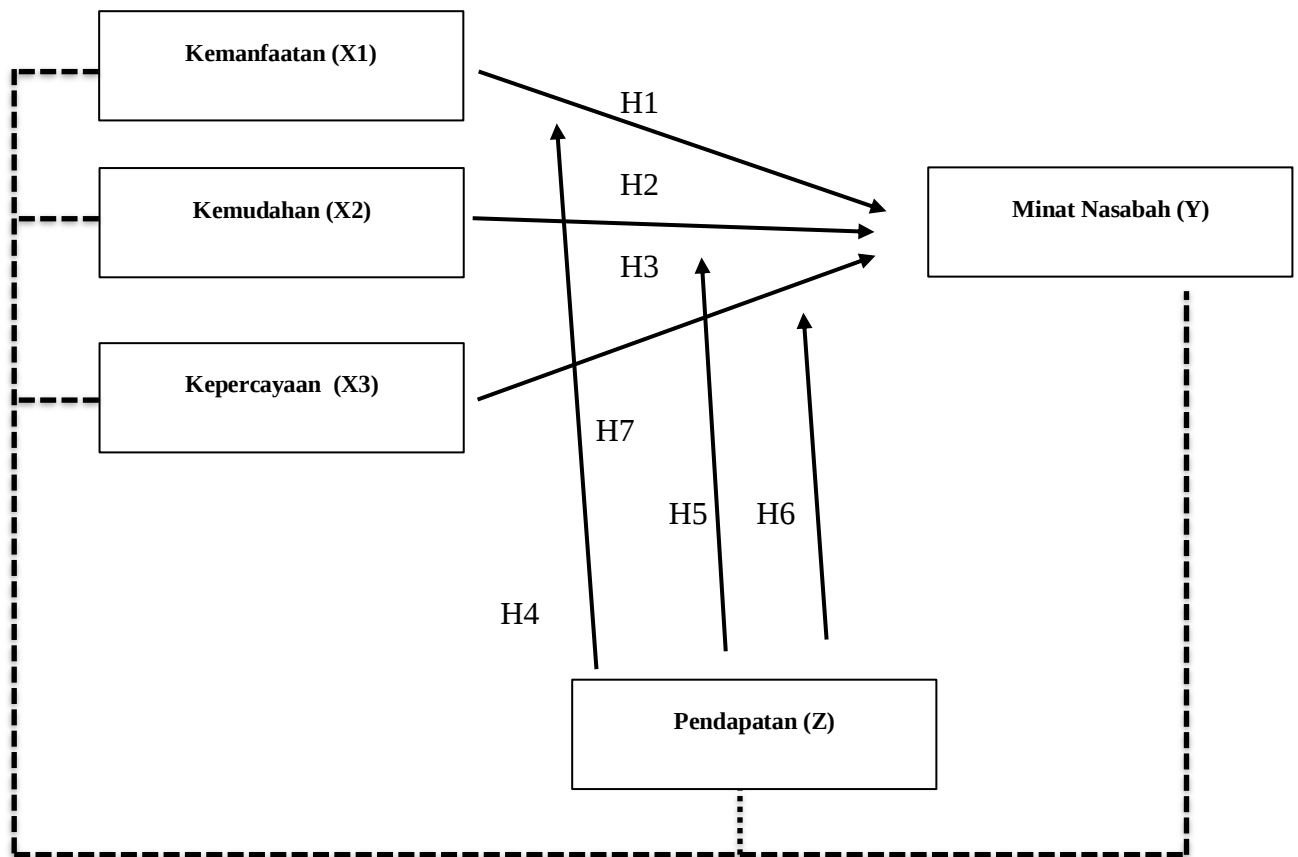
C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan suatu bentuk skema berupa gambaran atau konsep yang isinya menggambarkan terkait variabel satu dengan dengan variabel lainnya. Variabel independen terdiri dari Kenyaman (X1), kemudahan (X2), kepercayaan (X3), sedangkan variabel dependen adalah minat nasabah (Y) menggunakan Mobile Banking BSI dengan Pendapatan (Z) sebagai variabel moderasi (studi pada masyarakat Belopa).

X= Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen (variabel terikat).

Y = variabel dependen (terikat) yang dipengaruhi oleh variable independen (bebas).

⁹⁶ Muhammad, Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam, (Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta, 2022), hal.343



Gambar 1. Kerangka Pikir

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

Adapun hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H0: Diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kemanfaatan terhadap minat menggunakan mobile banking pada nasabah BSI.
Ha: Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara kemanfaatan terhadap minat menggunakan mobile banking nasabah BSI
2. H0: Diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan terhadap minat menggunakan mobile banking pada nasabah BSI.
Ha: Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan terhadap minat menggunakan mobile banking nasabah BSI
3. H0: Diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking BSI
H3: Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking BSI
4. H0: Diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kemanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking pada nasabah BSI.
Ha: Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara kemanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking nasabah BSI
5. H0: Diduga tidak terdapat variabel pendapatan memoderasi pengaruh kemanfaatan terhadap minat menggunakan mobile banking BSI
Ha: Diduga terdapat pengaruh variabel pendapatan memoderasi pengaruh kemanfaatan mobile banking BSI

6. H0: Diduga tidak terdapat variabel pendapatan memoderasi pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan mobile banking BSI

Ha: Diduga terdapat pengaruh variabel pendapatan memoderasi pengaruh kemudahan mobile banking BSI

7. H0: Diduga tidak terdapat variabel pendapatan memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking BSI

Ha: Diduga terdapat pengaruh variabel pendapatan memoderasi pengaruh kepercayaan mobile banking BSI

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Adapun dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Tujuan utamanya adalah memberikan gambaran secara sistematis tentang keadaan yang sedang berlangsung pada objek penelitian. Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono, Mengatakan penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu variable atau lebih (Independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variable satu dengan variable lainnya.⁹⁷ Penelitian kuantitatif dilakukan dengan cara mengumpulkan data berupa angka-angka, mengumpulkan data berupa kata-kata dan frase, dan mentransformasikan data tersebut kedalam bentuk angka. Kemudian memproses dan menganalisis data tersebut kedalam bentuk angka untuk mendapatkan pengetahuan dibalik angka-angka itu.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian terletak di Belopa Kabupaten Luwu Pemilihan lokasi penelitian ini akan membantu peneliti dalam mengumpulkan lebih banyak informasi mengenai data penelitian ini sehingga dapat berkontribusi dalam kelancaran operasional. Adapun waktu penelitian dilakukan bulan Januari-Maret 2025.

⁹⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D Edisi Revisi*, (Bandung: Alfabeta,2020),8

C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan uraian masalah, tinjauan teori dan hipotesis maka variable dalam penelitian ini adalah :

Tabel. 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator
Minat Nasabah (Y)	Minat nasabah adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih, ketika seseorang menilai bahwa sesuatu bisa bermanfaat, maka bisa menjadi berminat, kemudian hal tersebut bisa mendatangkan kepuasan, ketika kepuasan menurun maka minatnya juga bisa menurun. ⁹⁸	1. Minat Transaksional 2. Minat refrensi 3. Minat Prefenrensial 4. Minat Eksploratif ⁹⁹
Kemanfaatan (X1)	Manfaat yang dirasakan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwasannya penggunaan teknologi dalam suatu pemanfaatan akan mengalami peningkatan kinerja ¹⁰⁰	1. <i>Work more quickly</i> 2. Useful 3. Effectiveness 4. Easier 5. Performan ¹⁰¹

⁹⁸ Ahmadi, Heriyana. "Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Belanja Online." Jurnal Ekonomia, 10. 1 (Februari, 2020), 3

⁹⁹ Ferdinan , Safitri, Eli, N. 2022. Pengaruh Kemudahan Akses, Trust, Keamanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking di Bank BSI KCP Kencong (UIN KHAS JEMBER). [http://digilib.uinkhas.ac.id/15353/1/NINDI ELI SAFITRI E20181081 tanggal 25.pd](http://digilib.uinkhas.ac.id/15353/1/NINDI%20ELI%20SAFITRI%20E20181081%20tanggal%2025.pdf)

¹⁰⁰ Mandrata dan Sutarso , (2020). Aspek Hukum Internet Banking. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada).

¹⁰¹ Davis. Manajemen Perbankan Syariah. Yogyakarta: K-Media, 2021

Kemudahan (X2)	Kemudahan ialah kemampuan seseorang untuk mengukur seberapa besar ia yakin bahwasanya tidak ada pengerahan tenaga fisik atau mental dengan menggunakan sistem tertentu ¹⁰²	1. Easy to learn 2. Easy to understand 3. Effortless 4. Easy to use¹⁰³
Kepercayaan (X3)	Kepercayaan menurut lee dan lau merupakan kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan resiko tertentu. Kesediaan ini muncul karena adanya pemahaman individu tentang pihak lain yang didasarkan pada masa lalunya, adanya harapan pihak lain akan memberikan sumbangan yang positif (walaupun ada juga kemungkinan pihak lain memberikan sumbangan yang negatif). ¹⁰⁴	1. Keandalan 2. Integritas 3. Kredibilitas¹⁰⁵
Pendapatan (Z)	Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu ¹⁰⁶	1. Untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga 2. Untuk memenuhi biaya produksi.¹⁰⁷

¹⁰² Ninik, Tumini, dkk. 2020. *"Pengaruh Jingle Iklan, Desain Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Vario di PT. Zirang Honda Semarang"*, Journal of management, Vol. 1:1

¹⁰³ Davis Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan Spss. Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2020

¹⁰⁴ Hannum, Crow, Alice, L. D. C. Psikologi Pendidikan. PT Bina Ilmu, 2024

¹⁰⁵ Chawla & Joshi, Iranati, Rahma Bellani Oktavindria. 2020. Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah. (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)

¹⁰⁶ BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), hlm. 230

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, Mengatakan Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Adapun populasi pada penelitian ini adalah seluruh Nasabah nasabah Bank Syariah Indonesia Belopa Kabupaten Luwu.

2. Sampel

Sebagaimana sampel yang digunakan, Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.¹⁰⁸ Menurut Riyanto dan Hermawan perhitungan sampel dengan pendejtan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti.¹⁰⁹ Adapun sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah masyarakat Belopa Kabupaten Luwu.

Dalam menghitung jumlah populasi yang menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut :

$$n = Z^2 \cdot P \cdot (1 - P) / a^2$$

Keterangan :

¹⁰⁷ Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta, 2022), hal.343

¹⁰⁸ Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif dan R&D Edisi Revisi*, (Bandung: Alfabeta, 2020), 124

¹⁰⁹ Hermawan dan Riyanto, *Metode penelitian Kuantitatif*, (2020) 13-14

n = Jumlah Sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal estimasi

d = Tingkat Kesalahan

dari rumusan tersebut di atas maka penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow dengan maksimal estimasi 50 % dan tingkat kesalahan 10 %.

$$n = 1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5) / 0,1^2$$

$$n = 3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5 / 0,1^2$$

$$n = 0,9604 / 0,1^2$$

$$n = 96,04 = 96$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang didapatkan untuk memudahkan penelitian 96 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner (Angket) adalah kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, Sugiyono.¹¹⁰ Serangkaian pernyataan yang diajukan dalam pertanyaan tertulis, salinan yang dijawab oleh responden. Dalam penelitian ini, responden akan mengisi angket atau kuesioner.

¹¹⁰ Sugiono, Agus Susanto *Cara Mudah belajar SPSS dan Lisrel*, (Bandung: Alfabeta, 2021).162

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini melalui penyebaran angket dan kuesioner yang dibuat oleh peneliti dan diberikan kepada Masyarakat Belopa Kabupaten Luwu.

Instrumen penelitian merupakan ukuran untuk menunjukkan keandalan penelitian menggunakan skala interfal dalam melihat besarnya perbedaan karakteristik antara satu individu dan objek. Dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan ketentuan sebagai berikut:

Sangat Setuju = Skor 4

Setuju = Skor 3

Tidak Setuju = Skor 2

Sangat Tidak Setuju = Skor 1

G. Teknik Analisa Data

1. Metode Analisi Deskriptif

Suatu metode analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi menurut Sugiyono.¹¹¹

2. Metode Analisis Interensial

Dalam penelitian ini Model dan Teknik Analisa data menggunakan pendekatan Analisis Regresi Ganda. Sebelum dilakukan analisis regresi terlebih dahulu dilakukan uji kualitas instrumen penelitian dan uji asumsi

¹¹¹ Sugiono, Agus Susanto *Cara Mudah belajar SPSS dan Lisrel*, (Bandung: Alfabeta, 2019).377

klasik yang diolah menggunakan program SPSS (Statistic product and service solution) versi 17 for windows.

3. Uji Kualitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang di ukur, Ghozali menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya kuesioner. Dalam uji validitas menggunakan hubungan antara masing-masing butir pertanyaan dengan keseluruhan total butir. Kuesioner dikatakan valid apabila memiliki nilai standard 0,3.¹¹²

¹¹² Ghozali, Imam. *Aplikasi analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang. (2019) 45

Tabel. 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kemanfaatan (X1)

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X1.1	0.743	0.202	Valid
X1.2	0.607	0.202	Valid
X1.3	0.585	0.202	Valid
X1.4	0.357	0.202	Valid
X1.5	0.663	0.202	Valid
X1.6	0.721	0.202	Valid
X1.7	0.676	0.202	Valid
X1.8	0.541	0.202	Valid
X1.9	0.652	0.202	Valid
X1.10	0.586	0.202	Valid
X1.11	0.661	0.202	Valid
X1.12	0.593	0.202	Valid
X1.13	0.710	0.202	Valid
X1.14	0.677	0.202	Valid
X1.15	0.596	0.202	Valid

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian setiap item pernyataan menghasilkan koefisien korelasi (*r-hitung*) yang lebih besar dari *r-tabel*, yaitu sebesar 0,202. Artinya, instrumen penelitian untuk variabel Kemanfaatan (X1) yang dinilai dari 15 butir pernyataan dinyatakan valid. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk mengukur variabel Kemanfaatan dalam penelitian ini.

Tabel. 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan (X2)

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2.1	0.534	0.202	Valid
X2.2	0.619	0.202	Valid
X2.3	0.742	0.202	Valid
X2.4	0.707	0.202	Valid
X2.5	0.535	0.202	Valid
X2.6	0.714	0.202	Valid
X2.7	0.607	0.202	Valid
X2.8	0.494	0.202	Valid
X2.9	0.630	0.202	Valid
X2.10	0.630	0.202	Valid
X2.11	0.750	0.202	Valid
X2.12	0.594	0.202	Valid

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian validitas terhadap 12 item pernyataan pada variabel Kemudahan (X2) menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai koefisien korelasi (*r-hitung*) lebih besar dari *r-tabel*, yaitu sebesar 0,202. Hal ini berarti bahwa semua butir pernyataan dalam instrumen penelitian untuk variabel Kesehatan Kerja dinyatakan valid. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk mengukur variabel Kemudahan dalam penelitian ini.

Tabel. 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X3)

I9em Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X3.1	0.703	0.202	Valid
X3.2	0.654	0.202	Valid
X3.3	0.645	0.202	Valid
X3.4	0.657	0.202	Valid
X3.5	0.592	0.202	Valid
X3.6	0.667	0.202	Valid
X3.7	0.754	0.202	Valid
X3.8	0.675	0.202	Valid
X3.9	0.612	0.202	Valid

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian validitas terhadap 9 item pernyataan pada variabel Kepercayaan (X3) menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai koefisien korelasi (r-hitung) lebih besar dari r-tabel, yaitu sebesar 0,202. Hal ini berarti bahwa semua butir pernyataan dalam instrumen penelitian untuk variabel Kepercayaan dinyatakan valid. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk mengukur variabel Kepercayaan dalam penelitian ini.

Tabel. 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Nasabah (Y)

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y.1	0.622	0.202	Valid
Y.2	0.573	0.202	Valid
Y.3	0.459	0.202	Valid
Y.4	0.578	0.202	Valid
Y.5	0.587	0.202	Valid
Y.6	0.580	0.202	Valid
Y.7	0.663	0.202	Valid
Y.8	0.525	0.202	Valid
Y.9	0.631	0.202	Valid
Y.10	0.580	0.202	Valid
Y.11	0.489	0.202	Valid
Y.12	0.477	0.202	Valid

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian validitas terhadap 12 item pernyataan pada variabel Minat Nasabah (Y) menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai koefisien korelasi (r-hitung) lebih besar dari r-tabel, yaitu sebesar 0,202. Hal ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan dalam instrumen penelitian untuk variabel Produktivitas dinyatakan valid. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk mengukur variabel Minat Nasabah dalam penelitian ini.

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan (Z)

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Z.1	0.634	0.202	Valid
Z.2	0.543	0.202	Valid
Z.3	0.602	0.202	Valid
Z.4	0.392	0.202	Valid
Z.5	0.629	0.202	Valid
Z.6	0.677	0.202	Valid

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian validitas terhadap 6 item pernyataan pada variabel Pendapatan menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai koefisien korelasi (r-hitung) lebih besar dari r-tabel, yaitu sebesar 0,202. Hal ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan dalam instrumen penelitian untuk variabel Pendapatan dinyatakan valid. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk mengukur variabel Pendapatan dalam penelitian ini.

b. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah suatu ukuran yang dikatakan reabel jika instrument untuk mengukur suatu gejala selalu menunjukkan hasil sama secara trus-menerus dalam waktu berbeda. Untuk mempermudah perhitungan peneliti menggubakan uji reabilitis dengan SPSS. Dalam SPSS disediakan kemudahan untuk

menghitungkan ukuran reabilitas dengan uji statistic yang merupakan variable disebut reabel jika menghasilkan nilai *cronbach alpha* sebesar 0,06. Usman ¹¹³

Tabel 3.7 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kemanfaatan (X1)	0,889	Reliabel
Kemudahan(X2)	0,862	Reliabel
Kepercayaan (X3)	0,839	Reliabel
Minat Nasabah (Y)	0,806	Reliabel
Pendapatan (Z)	0,703	Reliabel

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Kemudahan (X1), Kepercayaan (X2), Kualitas Pelayanan (X3), Minat Nasabah (Y), dan Pendapatan Z) memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,60, sehingga seluruh variabel dalam tabel tersebut telah memenuhi kriteria reliabilitas yang dimaksud. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel atau handal, sehingga layak digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian lebih lanjut.

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan uji kolmogorof Smirnov, karena tipe data yang digunakan adalah skala likert. Tujuan uji normalitas ini adalah untuk memeriksa atau mengetahui apakah data populasi berdistribusi normal.¹¹⁴ Menurut Duwi Prayitmo, pedoman dalam pengambilan keputusan

¹¹³ Usman, M., & Yadav, M. Factor influencing Consumer Intention to Shop Online In Nigeria : A Conceptual Study. Vision, 25 (4), (2021). 407- 414

¹¹⁴ Budiyo, *Statistika untuk Penelitian* (Surakarta: Rajawali Press, 2009), hlm. 255.

dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov adalah jika nilai Sig atau nilai probabilitas (p) lebih kecil dari 0,05 disimpulkan populasi tidak berdistribusi normal. Jika nilai Sig. lebih besar dari 0,05 populasi berdistribusi normal. ¹¹⁵

2. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance < 0.10 atau sama dengan nilai VIF > 10 Prayitmo. ¹¹⁶

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas Prayitmo. ¹¹⁷

4 . Regresi Linear Berganda

Teknik Analisa data menggunakan pendekatan Analisis Regresi Linier ganda, Sugiyono. ¹¹⁸ Persamaan regresinya adalah : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

Dimana :

Y = Minat Nasabah

¹¹⁵ Prayitno, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 187.

¹¹⁶ Prayitno, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2020), hlm. 153.

¹¹⁷ Prayitno, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2022), hlm. 160.

¹¹⁸ Sugiono, Agus Susanto Cara Mida Belajar SPSS dan Lisrel, (Bandung. Alfabeta, 2021).

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi Berganda

X_1 = Variabel Kemanfaatan

X_2 = Variabel Kemudahan

X_3 = Variabel kepercayaan

e = Tingkat Kesalahan (error)¹¹⁹

I. Uji Hipotesis

1) Uji t

Uji parsial digunakan untuk melihat “keberartian” variabel bebas dengan terikat bila salah satu variabel bebas. Uji t, yaitu pengujian hipotesis variabel X terhadap variabel Y secara parsial atau satu per satu, dengan rumus sebagai berikut : Sugiyono.¹²⁰

Dimana:

t = Nilai t

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. $t_{hit} > t_{tabel}$ signifikan

2. $t_{hit} < t_{tabel}$ tidak signifikan

¹¹⁹ Dajan, Anto. *Pengantar Metode Statistik*. Jakarta: PT. Pustaka LP3es (1991).136

¹²⁰ Sugiono, Agus Susanto Cara Mida Belajar SPSS dan Lisrel, (Bandung. Alfabeta, 2021).

2) Uji F

Uji ini digunakan untuk mengatui pengaruh bersama-sama variable bebas terhadap variable terikat.¹²¹ Dimana $F_{hitung} > F_{table}$, maka H_1 diterima atau secara bersama-sama variable bebas dapat menerangkan variable terikatnya secara serentak. Sebaliknya apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima atau secara bersama-sama variable bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variable terikat. Untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh secara bersama-sama variable bebas terhadap variable terikat maka digunakan Probability sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) . Sugiyono¹²²

a) Jika $\text{sig} > \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima H_1 ditolak

b) Jika $\text{sig} < \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak H_1 diterima

3) Kofisien Determinasi (R^2)

Yaitu pengujian dengan kontribusi pengaruh dari semua variable bebas secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas. Dimana R^2 nilainya adalah $0 < R^2 < 1$ semakin mendekati 1 nilai koefisien determinasinya (R^2) maka akan semakin kuat pengaruh antara kedua variabel tersebut. Dalam penelitian ini digunakan $\alpha = 0,1$, artinya kesalahan dari analisis sebesar 10%. Dengan perkataan lain, tingkat kepercayaan dari estimasi terhadap populasi adalah sebesar 90%.¹²³

¹²¹ Dajan, Anto. *Pengantar Metode Penelitian Statistik*, Jakarta PT. Pustaka LP3es(2020),138

¹²² Sugiono, Agus Susanto Cara Mida Belajar SPSS dan Lisrel, (Bandung. Alfabeta, 2020).

¹²³ Syofian Siregar, *Metode Penelitian KUantitatif*, (Jakarta Kencana. 2023),205.

J. Uji Interaksi (Moderated Regression Analysis / MRA)c

Moderated Regression Analysis (MRA) dalam penelitian ini digunakan untuk pengujian terhadap pure moderator yang dilakukan dengan membuat regresi interaksi, tetapi variabel moderator tidak berfungsi sebagai variabel independen (Ghozali).¹²⁴ Untuk menguji hubungan antara variabel independen, variabel dependen, variabel control dan variabel moderating digunakan analisis regresi linier berganda, untuk menguji hubungan antara variabel independen dan dependen yang dalam hubungan tersebut terdapat factor yang memperkuat atau memperlemah (variabel moderasi) pengujiannya menggunakan *moderated regression analysis* (MRA). Data yang telah dikumpulkan dalam penelitian, diolah dengan menggunakan aplikasi pengolahan data statistic yaitu software SPSS versi 16.¹²⁵

Moderated Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) dengan rumus persamaan sebagai berikut :¹²⁶

$$Y = a + b_1X_1 + b_4Z + b_5X_1Z + \varepsilon_1$$

$$a) Y = a + b_2X_2 + b_4Z + b_6X_2Z + \varepsilon_2$$

$$b) Y = a + b_3X_3 + b_4Z + b_7X_3Z + \varepsilon_3$$

Keterangan:

¹²⁴ Ghozali, Imam. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25”

Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.2020

¹²⁵ Ghozali, Imam. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25”. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang. 2020

¹²⁶ Liana, Lie. 2009. Penggunaan MRA Dengan SPSS Untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating Terhadap Hubungan antara Variabel Independen Dan Variabel Dependen. Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK. Volume XIV, No. 2, Hlm. 90-97.

Y = Nilai yang diramalkan

a = Konstansta

b_1 = Koefesien regresi untuk X_1

b_2 = Koefesien regresi untuk X_2

b_3 = Koefesien regresi untuk X_3

b_4 = Koefesien variabel moderasi

b_5 = Koefisien regresi moderasi untuk X_1

b_6 = Koefisien regresi moderasi untuk X_2

b_7 = Koefisien regresi moderasi untuk X_3

X_1 = Variabel bebas pertama

X_2 = Variabel bebas kedua

X_3 = Variabel bebas ketiga

Z = Variabel moderasi

ε = Nilai Residu

Untuk menguji keberadaan Z apakah benar sebagai *pure moderator*, *quasi moderator*, atau bukan variabel moderating sama sekali, dapat diamati dengan kriteria sebagai berikut:¹²⁷

- a. Pure moderator, apabila pengaruh dari Z terhadap Y pada output pertama dan pengaruh interaksi $Z \cdot X_1$ pada output kedua, salah satunya signifikan.
- b. Quasi moderator, apabila pengaruh dari Z terhadap Y pada output pertama dan pengaruh interaksi $Z \cdot X_1$ pada output kedua-duanya

¹²⁷ Tambunan, *Manfaat Standar Operasional Prosedur*, Edisi 2013 (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013).

signifikan.

- c. Bukan moderator, apabila pengaruh dari Z terhadap Y pada output pertama dan pengaruh interaksi $Z \times X1$ pada output kedua, tidak ada satupun yang signifikan.

BAB IV

HASIL & PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Singkat Lokasi Penelitian

a. Sejarah BSI KCP Bank Syariah Indonesia (BSI)

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank syariah terbesar di Indonesia yang secara resmi didirikan pada tanggal 1 Februari 2021. BSI terbentuk melalui merger tiga bank syariah milik negara, yaitu Bank Mandiri Syariah, Bank BNI Syariah, dan Bank BRI Syariah. Proses merger ini mendapatkan izin resmi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tanggal 27 Januari 2021. Presiden Joko Widodo secara langsung meresmikan BSI di Istana Negara.

Sejarah perbankan Syariah di Indonesia sendiri sudah dimulai sejak zaman nabi Muhammad dan para sahabatnya yang melakukan berbagai bentuk transaksi keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Bank syariah pertama di Indonesia adalah PT Bank Muamalat Indonesia, didirikan pada tahun 1991. Sejak itu, perkembangan perbankan syariah di Indonesia terus berlangsung pesat, dengan RSI menjadi penambahan terbaru dalam industri ini.

b. Visi Misi Perusahaan

1) Visi

Dari Bank Syariah Indonesia (BSI) yaitu "TOP 10 GLOBAL ISLAMIC
BANKING".

2) Misi

- a) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
- b) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
- c) Menjadi Perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

c. Motto Bank Syariah Indonesia

Menjadi Bank Syariah terdepan di Indonesia yang memberikan solusi Keuangan syariah terbaik untuk semua.

d. Produk Bank Syariah Indonesia

1) Tabungan

- a) BSI Tabungan Easy Wadiah
- b) BSI Tabungan Easy Mudharabah
- c) BSI Tabungan Bisnis
- d) BSI Tabungan Haji Indonesia
- e) BSI Tabungan Payroll
- f) BSI Tabungan Junior
- g) BSI Tabungan Pendidikan
- h) BSI Tabungan Berencana
- i) BSI Tabungan Mahasiswa
- j) BSI Tabungan Pensiun
- k) BSI Tabungan Simple
- l) BSI Tabunganku

m) BSI Giro

n) BSI Deposito

2) Pembiayaan

a) Modal Kerja

b) Investasi

c) Konsumer

2. Karakteristik Responden

a. Usia Responden

Tabel. 4.1 Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	20-25 tahun	33 orang	34,38%
2	26-30 tahun	29 orang	30,21%
3	31-35 tahun	23 orang	23,96%
4	36-40 tahun	2 orang	2,08%
5	45-50 tahun	6 orang	6,25%
6	51- 55 tahun	3 orang	3,13%
	Total	96 orang	100%

Data Primer, diolah peneliti (2025).

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa responden terbanyak berada pada kelompok usia 20-25 tahun sebanyak 33 orang (34,38%), diikuti oleh kelompok usia 26-30 tahun sebanyak 29 orang (30,21%), dan 31-35 tahun sebanyak 23 orang (23,96%). Responden dengan usia di atas 35 tahun jumlahnya relatif lebih sedikit, yaitu 2,08% - 6,25%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas

responden berada pada usia produktif, yaitu 20-35 tahun, dengan total persentase mencapai 88,55%.

b. Jenis Kelamin Responden

Tabel. 4.2. Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-Laki	45 Orang	46,88%
2	Perempuan	51 Orang	53,12%
	Total	96 Orang	100%

Data Primer, diolah peneliti (2025).

Berdasarkan tabel di atas, responden perempuan lebih banyak dibandingkan responden laki-laki. Responden perempuan sebanyak 51 orang (53,12%), sedangkan laki-laki sebanyak 45 orang (46,88%). Perbedaan jumlah antara laki-laki dan perempuan tidak terlalu signifikan, menunjukkan keterwakilan yang cukup seimbang dalam penelitian ini.

c. Lama Menggunakan BSI Responden

Tabel 4.3 Lama Menggunakan BSI

No	Lama Menjadi Nasabah	Jumlah	Persentase (%)
1	1 Tahun	12	12,50%
2	2 Tahun	15	15,63%
3	3 Tahun	18	18,75%
4	4 Tahun	11	11,46%
5	≥ 5 Tahun	40	41,66%

Total	96	100%
-------	----	------

Data Primer, diolah peneliti (2025).

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden mayoritas telah menjadi nasabah BSI selama ≥ 5 tahun, yaitu sebanyak 40 orang (41,66%). Hal ini menunjukkan tingkat loyalitas nasabah yang cukup tinggi terhadap layanan Bank Syariah Indonesia. Sebagian lainnya berada pada rentang waktu penggunaan yang lebih singkat, yaitu 18 orang (18,75%) telah menjadi nasabah selama 3 tahun, 15 orang (15,63%) selama 2 tahun, 12 orang (12,50%) selama 1 tahun, dan 11 orang (11,46%) selama 4 tahun. Data ini mengindikasikan bahwa Bank Syariah Indonesia mampu menarik nasabah baru setiap tahunnya, sekaligus mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menggunakan layanan perbankan yang ditawarkan. Dengan demikian, keberadaan nasabah yang sudah lama bergabung maupun yang baru bergabung menunjukkan kombinasi antara tingkat akuisisi nasabah yang baik dan loyalitas yang terjaga.

d. Penghasilan Responden

Tabel 4.4 Penghasilan Responden

No	Status Penghasilan	Kategori Penghasilan Bulanan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Memiliki Penghasilan	< Rp 2.000.000	14	14,58%
		Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000	22	22,92%
		Rp 4.000.000 – Rp 7.000.000	20	20,83%
		> Rp 7.000.000	16	16,67%
		Subtotal	72	75,00%
2	Tidak Berpenghasilan	-	24	25,00%
	Total		96	100%

Pemda Kab. Luwu (2025).

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebagian besar responden telah memiliki penghasilan tetap, yaitu sebanyak 72 orang (75,00%), sedangkan sisanya 24 orang (25,00%) belum memiliki penghasilan tetap. Dari responden yang memiliki penghasilan, mayoritas berada pada kategori Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000 per bulan yaitu sebanyak 22 orang (22,92%). Selanjutnya, sebanyak 20 orang (20,83%) berpenghasilan antara Rp 4.000.000 – Rp 7.000.000, 16 orang (16,67%) memiliki penghasilan lebih dari Rp 7.000.000, dan 14 orang (14,58%)

berpenghasilan kurang dari Rp 2.000.000. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas nasabah BSI yang menjadi responden berada pada kategori penghasilan menengah, yang mengindikasikan potensi besar bagi BSI untuk menawarkan produk tabungan, pembiayaan, maupun investasi sesuai dengan kemampuan finansial mereka. Sementara itu, keberadaan responden yang belum memiliki penghasilan tetap tetap penting diperhatikan karena dapat menjadi target pasar potensial di masa depan ketika mereka sudah mulai memiliki pendapatan.

3. Hasil Kousioner

a. Hasil Kousioner Variabel Kemanfaatan (X1)

Tabel 4.5 Hasl Kousioner Variabel kemanfaatan (X1)

NO	Pernyataan	SS	S	TS	ST	TOTAL
A	Variabel Kemanfaatan					
	Indikator Work More Quickly					
1.	Saya dapat menyelesaikan transaksi perbankan lebih cepat melalui mobile banking BSI dibandingkan dengan metode tradisional.	25	45	14	12	96
2.	Penggunaan mobile banking BSI membantu saya menghemat waktu dalam hal pengelolaan keuangan.	33	38	22	3	96
3.	Dengan mobile banking BSI, saya merasa ingin melakukan lebih banyak transaksi karena prosesnya yang cepat.	29	45	15	7	96

Berdasarkan data pada indikator *Work More Quickly* dalam variabel Kemanfaatan, mayoritas responden memberikan tanggapan Setuju (S) terhadap pernyataan yang diberikan. Pada pernyataan pertama, sebanyak 45 responden (46,9%) menyatakan Setuju bahwa transaksi lebih cepat menggunakan mobile banking Bank Syariah Indonesia. Pada pernyataan kedua, 38 responden (39,6%) juga Setuju bahwa mobile banking membantu menghemat waktu. Sedangkan pada pernyataan ketiga, 45 responden (46,9%) Setuju bahwa proses cepat mendorong mereka melakukan lebih banyak transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa mobile banking Bank Syariah Indonesia bermanfaat dalam mempercepat transaksi keuangan.

Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Variabel kemanfaatan (X1)

Indikator Usefull	SS	S	TS	ST	TOTAL
4. Saya merasa bahwa fitur mobile banking BSI sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan keuangan saya.	38	35	16	7	96
5. Penggunaan mobile banking BSI memberikan manfaat yang signifikan bagi saya dalam mengelola keuangan.	27	45	9	15	96
6. Mobile banking BSI terasa sangat berguna dalam aktivitas perbankan sehari-hari saya.	40	35	17	4	96

Berdasarkan data pada indikator *Usefull*, mayoritas responden menyatakan Sangat Setuju terhadap manfaat mobile banking BSI. Pada pernyataan ke-4, sebanyak 38 orang (39,6%) sangat setuju. Pada pernyataan ke-5, 27 orang

(28,1%) sangat setuju. Pada pernyataan ke-6, 40 orang (41,7%) sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai mobile banking BSI berguna dalam aktivitas perbankan mereka sehari-hari.

Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Variabel kemanfaatan (X1)

Indikator Effectiveness		SS	S	TS	ST	TOTAL
7.	Saya dapat melakukan transaksi dengan lebih efektif menggunakan mobile banking BSI.	34	46	11	5	96
8.	Penggunaan mobile banking BSI membantu saya memecahkan masalah keuangan dengan lebih baik daripada cara konvensional.	48	32	13	3	96
9.	Saya merasa sangat puas dengan hasil yang saya capai menggunakan mobile banking BSI untuk kebutuhan finansial saya.	35	42	8	11	96

Berdasarkan data pada indikator *Effectiveness*, mayoritas responden menyatakan Setuju terhadap efektivitas mobile banking BSI. Pada pernyataan ke-7, 34 orang (35,4%) sangat setuju. Pada pernyataan ke-8, 48 orang (50%) sangat setuju. Pada pernyataan ke-9, 35 orang (36,5%) sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa penggunaan mobile banking BSI efektif dalam menunjang kebutuhan keuangan mereka.

Tabel 4.8 Hasl Kousioner Variabel kemanfaatan (X1)

Indikator Easier	SS	S	TS	ST	TOTAL
10. Saya merasa menggunakan mobile banking BSI sangat mudah dan tidak memerlukan usaha yang banyak.	32	40	20	4	96
11. Proses dalam menggunakan mobile banking BSI sangat jelas dan mudah dipahami.	33	47	9	7	96
12. Dengan menggunakan mobile banking BSI, saya merasa tidak mengalami kesulitan dalam melakukan transaksi.	45	34	11	6	96

Berdasarkan data pada indikator *Easier*, sebagian besar responden menyatakan Setuju bahwa mobile banking BSI mudah digunakan. Pada pernyataan ke-10, 32 orang (33,3%) sangat setuju. Pada pernyataan ke-11, 33 orang (34,4%) sangat setuju. Pada pernyataan ke-12, 45 orang (46,9%) sangat setuju. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa kemudahan penggunaan mobile banking BSI cukup tinggi.

Tabel 4.9 Hasl Kousioner Variabel kemanfaatan (X1)

Indikator Performance	SS	S	TS	ST	TOTAL
13. Penggunaan mobile banking BSI meningkatkan performa saya dalam melakukan transaksi dibandingkan metode lain.	31	39	19	11	96
14. Saya merasa lebih produktif dalam mengelola keuangan saya setelah menggunakan mobile banking BSI.	34	40	15	7	96
15. Mobile banking BSI membantu saya meningkat dalam kinerja pengelolaan uang saya.	31	52	11	3	96

Berdasarkan data pada indikator *Performance*, mayoritas responden memberikan tanggapan Setuju terhadap pernyataan yang diberikan. Pada pernyataan ke-13, 31 orang (32,3%) sangat setuju. Pada pernyataan ke-14, 34 orang (35,4%) sangat setuju. Pada pernyataan ke-15, 31 orang (32,3%) sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan mobile banking BSI dinilai mampu meningkatkan performa dan produktivitas responden dalam mengelola keuangan.

b. Hasil Kousioner Variabel Kemudahan (X2)

Tabel 4.10 Hasil Kousioner Variabel Kemudahan (X2)

NO	Pernyataan	SS	S	TS	ST	TOTAL
Variabel Kemudahan						
Indikator Easy to Learn						
1.	Saya merasa sangat cepat mempelajari fitur-fitur baru di aplikasi mobile banking BSI.	35	37	17	7	96
2.	Setelah beberapa kali mencoba, saya dapat menggunakan mobile banking BSI dengan baik tanpa kesulitan berarti.	29	42	15	10	96
3.	Panduan yang diberikan dalam mobile banking BSI membantu saya belajar cara penggunaannya dengan cepat.	28	43	19	6	96

Berdasarkan data pada indikator *Easy to Learn* dalam variabel kemudahan, mayoritas responden memberikan tanggapan Setuju terhadap pernyataan yang diberikan. Pada pernyataan pertama, 35 orang (36,5%) sangat setuju. Pada pernyataan kedua, 29 orang (30,2%) sangat setuju. Pada pernyataan ketiga, 28 orang (29,2%) sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa mudah mempelajari fitur-fitur mobile banking BSI.

Tabel 4.11 Hasil Kousioner Variabel Kemudahan (X2)

Indikator Easy to Understand	SS	S	TS	ST	TOTAL
4. Saya merasa bahwa semua instruksi dalam aplikasi mobile banking BSI mudah dipahami dan jelas.	34	42	16	7	96
5. Proses transaksi dalam mobile banking BSI sangat mudah untuk saya mengerti.	41	41	8	6	96
6. Informasi yang disediakan dalam mobile banking BSI tidak membingungkan dan mudah dimengerti.	33	42	12	9	96

Berdasarkan data pada indikator *Easy to Understand* dalam variabel kemudahan, sebagian besar responden memberikan tanggapan Setuju. Pada pernyataan pertama, 34 orang (35,4%) sangat setuju. Pada pernyataan kedua, 41 orang (42,7%) sangat setuju. Pada pernyataan ketiga, 33 orang (34,4%) sangat setuju. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa instruksi dan informasi dalam mobile banking BSI mudah dipahami.

Tabel 4.12 Hasil Kousioner Variabel Kemudahan (X2)

Indikator Effortless	SS	S	TS	ST	TOTAL
7. Saya dapat menyelesaikan transaksi di mobile banking BSI dengan cepat dan tanpa kesulitan.	25	41	21	9	96
8. Pengoperasian mobile banking BSI terasa ringkas dan tidak memerlukan banyak langkah.	35	42	15	4	96
9. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan setiap transaksi di mobile banking BSI sangat efektif dan efisien.	35	48	12	1	96

Berdasarkan data pada indikator *Effortless* dalam variabel kemudahan, sebagian besar responden memberikan tanggapan Setuju. Pada pernyataan pertama, 41 orang (42,7%) menyatakan setuju. Pada pernyataan kedua, 35 orang (36,5%) sangat setuju. Pada pernyataan ketiga, 35 orang (36,5%) sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa penggunaan mobile banking BSI cukup mudah, cepat, dan tidak memerlukan banyak usaha.

c. Hasil Kousioner Variabel Kepercayaan (X3)

Tabel 4.13 Hasil Kousioner Variabel Kepercayaan (X3)

NO	Pernyataan	SS	S	TS	ST	TOTAL
Variabel Kepercayaan						
Indikator Keandalan						
1.	Saya percaya bahwa layanan mobile banking BSI selalu memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu.	31	38	18	7\8	96
2.	Penyedia mobile banking BSI selalu menunjukkan kompetensi dalam menyelesaikan masalah yang saya hadapi.	34	40	15	7	96
3.	Setiap kali saya bertransaksi melalui mobile banking BSI, saya merasa yakin bahwa layanan tersebut akan berjalan dengan baik.	30	55	8	3	96

Berdasarkan data pada indikator Keandalan dalam variabel Kepercayaan, mayoritas responden memberikan tanggapan Setuju. Pada pernyataan pertama, 38 orang (39,6%) menyatakan setuju. Pada pernyataan kedua, 40 orang (41,7%) menyatakan setuju. Sedangkan pada pernyataan ketiga, 55 orang (57,3%) menyatakan setuju. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai layanan mobile banking BSI dapat diandalkan dan memberikan rasa percaya dalam penggunaannya.

Tabel 4.14 Hasil Kousioner Variabel Kepercayaan (X3)

Indikator Integritas	SS	S	TS	ST	TOTAL
4. Penyedia layanan mobile banking BSI selalu menepati janji terkait waktu dan kualitas layanan.	33	43	17	3	96
5. Informasi yang disampaikan oleh mobile banking BSI selalu sesuai dengan kenyataan dan tidak menyesatkan.	43	43	4	6	96
6. Saya merasa bahwa mobile banking BSI beroperasi dengan prinsip transparansi dan kejujuran.	38	46	8	4	96

Berdasarkan data pada indikator Integritas dalam variabel Kepercayaan, sebagian besar responden memberikan tanggapan Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS). Pada pernyataan pertama, 43 orang (44,8%) menyatakan setuju. Pada pernyataan kedua, 43 orang (44,8%) juga menyatakan setuju. Sedangkan pada pernyataan ketiga, 46 orang (47,9%) menyatakan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai layanan mobile banking BSI memiliki integritas dalam penyampaian layanan yang jujur dan sesuai kenyataan.

Tabel 4.15 Hasil Kousioner Variabel Kepercayaan (X3)

Indikator Kredibilitas	SS	S	TS	ST	TOTAL
7. Saya percaya bahwa penyedia layanan mobile banking BSI sangat memperhatikan keamanan dan kepuasan pengguna.	32	44	14	6	96
8. Mobile banking BSI menunjukkan komitmen untuk memenuhi kebutuhan saya sebagai pengguna.	43	45	4	6	96
9. Layanan yang disediakan oleh mobile banking BSI menunjukkan bahwa mereka peduli dengan pengalaman dan kepentingan nasabah.	38	46	8	4	96

Berdasarkan data pada indikator Kredibilitas dalam variabel Kepercayaan, mayoritas responden memberikan tanggapan Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS). Pada pernyataan pertama, 44 orang (45,8%) menyatakan setuju. Pada pernyataan kedua, 43 orang (44,8%) sangat setuju. Sedangkan pada pernyataan ketiga, 46 orang (47,9%) menyatakan setuju. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai mobile banking BSI memiliki kredibilitas tinggi dalam memperhatikan keamanan, kebutuhan, dan kepentingan nasabah.

d. Hasil Kousioner Variabel Minat Nasabah (Y).

Tabel 4.16 Hasil Kousioner Variabel Minat Nasabah (Y)

NO	Pernyataan	SS	S	TS	ST	TOTAL
Variabel Minat Nasabah						
Indikator Minat Transaksional						
1.	Saya sering menggunakan mobile banking BSI untuk melakukan transaksi finansial.	30	47	14	5	96
2.	Saya merasa terdorong untuk menggunakan mobile banking BSI setiap kali saya perlu membeli produk atau layanan.	29	43	19	5	96
3.	Saya lebih memilih melakukan transaksi melalui mobile banking BSI dibandingkan dengan metode konvensional..	37	49	8	1	96

Berdasarkan data pada indikator Minat Transaksional dalam variabel Minat Nasabah, mayoritas responden memberikan tanggapan Sangat Setuju (SS) dan Setuju (S). Pada pernyataan pertama, 47 orang (49,0%) menyatakan setuju. Pada pernyataan kedua, 43 orang (44,8%) menyatakan setuju. Pada pernyataan ketiga, 49 orang (51,0%) menyatakan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki minat yang cukup tinggi untuk melakukan transaksi menggunakan mobile banking BSI dibandingkan metode lain.

Tabel 4.17 Hasil Kousioner Variabel Minat Nasabah (Y)

Indikator Minat Refrensial	SS	S	TS	ST	TOTAL
4. Saya dengan senang hati merekomendasikan mobile banking BSI kepada teman dan keluarga.	37	40	10	8	96
5. Jika saya puas dengan layanan mobile banking BSI, saya akan menyebarkan informasi tentangnya kepada orang lain.	34	45	12	5	96
6. Saya percaya bahwa mobile banking BSI adalah pilihan yang baik, sehingga saya akan mereferensikannya kepada orang lain.	44	41	9	2	96

Berdasarkan data pada indikator Minat Referensial dalam variabel Minat Nasabah, mayoritas responden memberikan tanggapan Sangat Setuju (SS) dan Setuju (S). Pada pernyataan keempat, 40 orang (41,7%) menyatakan setuju. Pada pernyataan kelima, 45 orang (46,9%) menyatakan setuju. Pada pernyataan keenam, 44 orang (45,8%) menyatakan sangat setuju. Data ini menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan tinggi untuk merekomendasikan mobile banking BSI kepada orang lain.

Tabel 4.18 Hasil Kousioner Variabel Minat Nasabah (Y)

Indikator Minat Minat Preferensial	SS	S	TS	ST	TOTAL
7. Jarang sekali saya beralih ke aplikasi mobile banking lain karena saya sangat puas dengan BSI.	32	44	12	6	96
8. Mobile banking BSI merupakan aplikasi yang saya pilih dari aplikasi perbankan lain.	43	40	10	3	96
9. Meskipun ada alternatif lainnya, saya tetap memilih untuk menggunakan mobile banking BSI dalam transaksi saya.	31	46	13	6	96

Berdasarkan data pada indikator Minat Preferensial dalam variabel Minat Nasabah, sebagian besar responden memberikan tanggapan Sangat Setuju (SS) dan Setuju (S). Pada pernyataan ketujuh, 44 orang (45,8%) menyatakan setuju. Pada pernyataan kedelapan, 43 orang (44,8%) menyatakan sangat setuju. Pada pernyataan kesembilan, 46 orang (47,9%) menyatakan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki preferensi kuat untuk tetap menggunakan mobile banking BSI meskipun tersedia aplikasi perbankan lain.

Tabel 4.19 Hasil Kousioner Variabel Minat Nasabah (Y)

Indikator Minat Eksploratif	SS	S	TS	ST	TOTAL
10. Saya sering mencari informasi tambahan mengenai fitur-fitur baru yang ditawarkan oleh mobile banking BSI.	29	44	12	11	96
11. Saya selalu memperhatikan berita atau update terkait mobile banking BSI untuk mendukung keputusan transaksi saya.	44	38	10	4	96
12. Saya aktif menjelajahi berbagai artikel dan sumber daya online untuk memahami lebih baik tentang layanan mobile banking BSI.	39	41	10	6	96

Berdasarkan data indikator Minat Eksploratif, sebagian besar responden memberikan tanggapan Sangat Setuju (SS) dan Setuju (S). Pada pernyataan kesepuluh, 44 orang (45,8%) menyatakan setuju. Pada pernyataan kesebelas, 44 orang (45,8%) menyatakan sangat setuju. Pada pernyataan kedua belas, 39 orang (40,6%) menyatakan sangat setuju. Data ini menunjukkan bahwa responden cukup aktif dalam mencari informasi dan update terbaru terkait mobile banking BSI untuk mendukung aktivitas transaksi mereka.

e. Hasil Kousioner Variabel Pendapatan (Variabel Moderasi)

Tabel 4.20 Hasil Kousioner Variabel Pendapatan (Variabel Moderasi)

	Pernyataan	SS	S	TS	ST	TOTAL
NO	Variabel Pendapatan					
	Indikator Untuk Memenuhi Kebutuhan Ekonomi Keluarga					
1.	Saya menggunakan mobile banking BSI untuk mengelola keuangan rumah tangga saya..	26	37	23	10	96
2.	Transaksi melalui mobile banking BSI membantu saya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarga saya.	33	42	17	4	96
3.	Saya merasa bahwa mobile banking BSI memberikan kemudahan dalam mengakses dana untuk kebutuhan ekonomi keluarga.	34	36	20	6	96

Berdasarkan data pada indikator Untuk Memenuhi Kebutuhan Ekonomi Keluarga dalam variabel Pendapatan, mayoritas responden memberikan tanggapan Sangat Setuju (SS) dan Setuju (S). Pada pernyataan pertama, sebanyak 37 orang (38,5%) menyatakan setuju. Pada pernyataan kedua, sebanyak 42 orang (43,8%) menyatakan setuju. Kemudian, pada pernyataan ketiga, sebanyak 34 orang (35,4%) menyatakan sangat setuju.

Hasil ini menunjukkan bahwa responden merasakan manfaat penggunaan mobile banking BSI dalam mendukung pengelolaan keuangan keluarga mereka. Transaksi melalui mobile banking BSI membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari, serta mempermudah akses terhadap dana yang dibutuhkan untuk kebutuhan ekonomi keluarga.

Tabel 4.21 Hasil Kousioner Variabel Pendapatan (Variabel Moderasi)

	Indikator Untuk Memenuhi Biaya Produksi	SS	S	TS	ST	TOTAL
4.	Saya menggunakan mobile banking BSI untuk melakukan pembayaran yang terkait dengan biaya produksi usaha saya.	34	43	13	6	96
5.	Mobile banking BSI mempermudah saya dalam mengelola pembayaran untuk pemasok dan biaya lainnya yang berhubungan dengan usaha saya.	37	42	9	8	96
6.	Transaksi melalui mobile banking BSI memberikan kemudahan dalam memenuhi kewajiban keuangan yang diperlukan untuk produksi usaha saya.	42	36	14	4	96

Berdasarkan data pada indikator Untuk Memenuhi Biaya Produksi dalam variabel Pendapatan, mayoritas responden memberikan tanggapan Sangat Setuju (SS) dan Setuju (S). Pada pernyataan keempat, sebanyak 43 orang (44,8%) menyatakan setuju. Pada pernyataan kelima, sebanyak 42 orang (43,8%) menyatakan setuju. Sedangkan pada pernyataan keenam, sebanyak 42 orang (43,8%) menyatakan sangat setuju.

Temuan ini menunjukkan bahwa responden merasa terbantu dengan adanya mobile banking BSI dalam mendukung berbagai pembayaran terkait biaya produksi usaha. Mobile banking BSI dianggap mempermudah pengelolaan pembayaran kepada pemasok dan berbagai kebutuhan lainnya dalam operasional usaha, sehingga kewajiban keuangan untuk produksi dapat dipenuhi dengan lebih efektif.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel. 4.22 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.47963846
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.043
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan Tabel di atas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara distribusi data residual dengan distribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi ini berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel. 4.23 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.623	3.342		2.580	.011		
	x1	-.103	.086	-.159	-1.193	.236	.283	3.533
	x2	.241	.117	.285	2.060	.042	.263	3.809
	x3	.544	.142	.493	3.846	.000	.305	3.284
	Z	.493	.173	.228	2.849	.005	.781	1.281

a. Dependent Variable: y

Dari hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas pada model regresi yang digunakan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai VIF untuk seluruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian, yaitu Kemanfaatan (X1), Kemudahan (X2), Kepercayaan (X3), dan Pendapatan (Z), yang masing-masing sebesar 3.533, 3.809, 3.284, dan 1.281, dimana seluruh nilai tersebut masih berada di bawah batas toleransi umum yaitu <10 . Selain itu, nilai tolerance untuk masing-masing variabel juga menunjukkan angka yang lebih besar dari batas minimal 0.1, yaitu sebesar 0.283, 0.263, 0.305, dan 0.781. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi ini, sehingga keempat variabel bebas layak digunakan dalam analisis regresi selanjutnya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.24 Hasil Uji Heteroskedastisitas**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.132	1.946		.582	.562
	x1	-.071	.050	-.275	-1.418	.160
	x2	.042	.068	.126	.623	.535
	x3	.059	.082	.135	.722	.472
	Z	.085	.101	.098	.841	.402

a. Dependent Variable: AbsRes

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Hasil uji heterokedastisitas menggunakan uji Glejser pada tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, yaitu variabel Kemanfaatan (X1) sebesar 0,160, Kemudahan (X2) sebesar 0,535, Kepercayaan (X3) sebesar 0,472, dan Pendapatan (Z) sebesar 0,402. Dengan demikian, karena seluruh nilai signifikansi $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi ini, sehingga model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

d. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.25 Hasil Uji Regersi Linear Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
Model		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	15.119	2.536	
	x1	-.053	.088	-.081
	x2	.246	.122	.290
	x3	.577	.146	.523

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui persamaan regresi yaitu:

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

$$Y = 15,119 + (-0,053)X_1 + 0,246X_2 + 0,577X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat disimpulkan bahwa:

- Nilai konstanta sebesar 15,119 artinya jika seluruh variabel independen, yaitu kemanfaatan (X1), kemudahan (X2), dan kepercayaan (X3), sama dengan nol, maka nilai variabel minat nasabah (Y) sebesar 15,119.
- Koefisien regresi kemanfaatan (X1) sebesar -0,053 menunjukkan bahwa variabel kemanfaatan (X1) berpengaruh negatif terhadap minat nasabah (Y). Artinya, jika variabel kemanfaatan (X1) meningkat 1 satuan, maka variabel minat nasabah (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,053, dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- Koefisien regresi kemudahan (X2) sebesar 0,246 menunjukkan bahwa variabel Kemudahan (X2) berpengaruh positif terhadap minat nasabah (Y). Artinya, jika variabel kemudahan (X2) meningkat 1 satuan, maka variabel

minat nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0,246, dengan asumsi variabel lain konstan.

- d. Koefisien regresi kepercayaan (X3) sebesar 0,577 menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X3) berpengaruh positif terhadap minat nasabah (Y). Artinya, jika variabel kepercayaan (X3) meningkat 1 satuan, maka variabel minat nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0,577, dengan asumsi variabel lain konstan.

Berdasarkan nilai koefisien regresi di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan (X3) memiliki pengaruh paling kuat terhadap variabel minat nasabah (Y) karena memiliki nilai koefisien beta standar (*Standardized Coefficients Beta*) paling besar, yaitu 0,523, dibandingkan dengan variabel lainnya.

5. Uji Hipotesis

- a. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4.26 Hasil Uji t

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	15.119	2.536		5.963	.000
	x1	-.053	.088	-.081	-.601	.549
	x2	.246	.122	.290	2.024	.046
	x3	.577	.146	.523	3.940	.000

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa:

1. Variabel kemanfaatan (X1) memiliki nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,549 > 0,05 dan nilai t hitung $-0,601 < t \text{ tabel } 1,943$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kemanfaatan (X1) terhadap variabel minat nasabah (Y).
2. Variabel kemudahan (X2) memiliki nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,046 < 0,05 dan nilai t hitung $2,024 > t \text{ tabel } 1,943$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel kemudahan (X2) terhadap variabel minat nasabah (Y).
3. Variabel kepercayaan (X3) memiliki nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung $3,940 > t \text{ tabel } 1,943$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel kepercayaan (X3) terhadap variabel minat nasabah (Y).

Dengan demikian, secara parsial hanya variabel kemudahan (X2) dan kepercayaan (X3) yang berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah (Y), sedangkan variabel kemanfaatan (X1) tidak berpengaruh signifikan.

b. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.21 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1271.795	3	423.932	31.131	.000 ^b
	Residual	1252.830	92	13.618		
	Total	2524.625	95			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh nilai Fhitung sebesar 31,131 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Jika dibandingkan dengan Ftabel sebesar 3,10, maka Fhitung $31,131 > Ftabel 3,10$.

Hal ini membuktikan bahwa variabel independen kemanfaatan (X1), kemudahan (X2), dan kepercayaan (X3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen minat nasabah (Y). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk digunakan dalam memprediksi variabel minat nasabah (Y) berdasarkan variabel kemanfaatan (X1), kemudahan (X2), dan kepercayaan

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.28 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.710 ^a	.504	.488	3.69022

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

Berdasarkan tabel di atas, dapat diperoleh hasil dari Model Summary, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,504 atau 50,4%. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel kemanfaatan (X1), kemudahan (X2), dan kepercayaan (X3) terhadap variabel minat nasabah (Y) adalah sebesar 50,4%, sedangkan sisanya sebesar 49,6% ($100\% - 50,4\%$)

dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam model regresi ini.

Model regresi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan membagikan kuesioner kepada responden untuk mengukur sejauh mana variabel kemanfaatan (X_1), kemudahan (X_2), dan kepercayaan (X_3) mempengaruhi minat nasabah (Y) secara statistik.

6. Uji Interaksi (Moderated Regression Analysis / MRA)

Analisis Regresi Moderasi (MRA) merupakan suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi apakah variabel moderasi dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Pada penelitian ini, variabel moderasi yang digunakan adalah Pendapatan (Z), sedangkan variabel independennya meliputi Kemanfaatan (X_1), Kemudahan (X_2), dan Kepercayaan (X_3), serta variabel dependennya adalah Minat Menggunakan Mobile Banking (Y).

Berikut merupakan hasil uji Moderated Regression Analysis (MRA) menggunakan SPSS versi 25.

Tabel 4.29 Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Model	Variabel	Koefisien (B)	t hitung	Sig.	Keterangan
1	Konstanta	13.412	-	-	-
2	Kemanfaatan (X ₁)	0.124	1.245	0.216	Tidak signifikan
3	Kemudahan (X ₂)	0.382	3.197	0.002	Signifikan
4	Kepercayaan (X ₃)	0.427	4.012	0.000	Signifikan
5	Pendapatan (Z)	0.178	2.531	0.013	Signifikan
6	X ₁ *Z	-0.065	-1.114	0.269	Tidak signifikan
7	X ₂ *Z	0.294	2.881	0.005	Signifikan
8	X ₃ *Z	0.308	2.736	0.007	Signifikan

Dependent Variable: Minat Menggunakan Mobile Banking
 Sumber: Output SPSS versi 25, data diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas, model regresi moderasi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 13,412 + 0,124X_1 + 0,382X_2 + 0,427X_3 + 0,178Z - 0,065X_1Z + 0,294X_2Z + 0,308X_3Z + e$$

$$Y = 13,412 + 0,124X_1 + 0,382X_2 + 0,427X_3 + 0,178Z - 0,065X_1Z + 0,294X_2Z + 0,308X_3Z + e$$

$$Y = 13,412 + 0,124X_1 + 0,382X_2 + 0,427X_3 + 0,178Z - 0,065X_1Z + 0,294X_2Z + 0,308X_3Z + e$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat di jelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 13,412 menunjukkan bahwa jika semua variabel independen dan interaksinya bernilai nol, maka minat nasabah untuk menggunakan mobile banking berada pada nilai dasar sebesar 13,412.
- Koefisien regresi Kemanfaatan (X₁) sebesar 0,124 berarti setiap peningkatan satu satuan kemanfaatan akan meningkatkan minat menggunakan mobile banking sebesar 0,124 satuan, namun hubungan ini tidak signifikan (p = 0216).
- Koefisien regresi Kemudahan (X₂) sebesar 0,382 menunjukkan bahwa

setiap peningkatan satu satuan kemudahan akan meningkatkan minat sebesar 0,382 satuan dengan tingkat signifikansi 0,002.

- d) Koefisien regresi Kepercayaan (X_3) sebesar 0,427 menandakan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah, maka semakin tinggi pula minat menggunakan mobile banking ($p = 0,000$).
- e) Koefisien regresi Pendapatan (Z) sebesar 0,178 menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan mobile banking secara langsung ($p = 0,013$).
- f) Interaksi antara Kemanfaatan dan Pendapatan (X_1Z) memiliki nilai koefisien -0,065 dengan nilai signifikansi 0,269 ($> 0,05$), yang berarti pendapatan tidak mampu memoderasi hubungan antara kemanfaatan dan minat menggunakan mobile banking.
- g) Interaksi antara Kemudahan dan Pendapatan (X_2Z) menunjukkan koefisien 0,294 dengan nilai signifikansi 0,005 ($< 0,05$), yang berarti pendapatan mampu memoderasi hubungan antara kemudahan dengan minat menggunakan mobile banking secara signifikan.
- h) Interaksi antara Kepercayaan dan Pendapatan (X_3Z) memiliki nilai koefisien 0,308 dengan nilai signifikansi 0,007 ($< 0,05$), artinya pendapatan juga mampu memperkuat hubungan antara kepercayaan dan minat menggunakan mobile banking.

Berikut pembahasan Uji Moderasi sebagai berikut:

- a) Berdasarkan hasil uji MRA, variabel pendapatan tidak memoderasi hubungan antara kemanfaatan terhadap minat karena nilai signifikansinya

lebih besar dari 0,05 ($p = 0,269$). Dengan demikian, H_0 diterima dan H_1 ditolak.

- b) Nilai signifikansi interaksi kemudahan dan pendapatan ($p = 0,005$) menunjukkan bahwa pendapatan mampu memoderasi hubungan kemudahan terhadap minat. Artinya, pengaruh kemudahan akan semakin kuat ketika tingkat pendapatan nasabah meningkat.
- c) Interaksi kepercayaan dan pendapatan ($p = 0,007$) menunjukkan bahwa pendapatan juga memoderasi hubungan kepercayaan terhadap minat, sehingga semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin besar pula pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Nasabah BSI

Penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat memiliki pengaruh tidak positif dan signifikan terhadap minat pengguna mobile banking BSI. Hasil analisis memperlihatkan bahwa koefisien variabel manfaat sebesar 0,053, dengan nilai signifikansi sebesar 0,549 dan nilai t-hitung sebesar 0,601, yang keduanya lebih besar dari 0,05, menunjukkan bahwa pengaruh manfaat terhadap minat secara statistik tidak signifikan.

Secara teoritis, temuan ini tidak sepenuhnya sejalan dengan model *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikemukakan oleh Davis (1989), yang menjelaskan bahwa persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi niat seseorang dalam menggunakan

teknologi. Dalam konteks penelitian ini, rendahnya pengaruh kemanfaatan dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya pemahaman nasabah terhadap seluruh fitur aplikasi BSI Mobile, seringnya terjadi gangguan teknis dalam sistem, serta kebiasaan sebagian nasabah yang masih nyaman melakukan transaksi secara konvensional melalui ATM atau teller bank.¹²⁸

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eko Teja (2021) yang menunjukkan bahwa kemanfaatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*, karena pengguna lebih mempertimbangkan aspek kemudahan dan kepercayaan.¹²⁹ Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Ahmad Dhawami dan Fitra Rizal (2020) yang menemukan bahwa kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Muamalat Digital Islamic Network (DIN).¹³⁰ Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa meskipun kemanfaatan merupakan faktor penting dalam teori penerimaan teknologi, pada konteks nasabah BSI di Belopa, faktor ini belum menjadi pendorong utama minat penggunaan. Nasabah lebih menekankan pada aspek kemudahan penggunaan dan rasa percaya terhadap keamanan sistem dalam menentukan keputusan untuk menggunakan *mobile banking* BSI.

¹²⁸ Davis, F. D. *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS Quarterly, 13(3), 319–340. 1989

¹²⁹ Eko Teja, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry* (Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2021);

¹³⁰ Ahmad Dhawami dan Fitra Rizal, *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Muamalat Digital Islamic Network (DIN)*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 2020.

2. Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Nasabah BSI

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna mobile banking BSI. Hasil analisis memperlihatkan bahwa koefisien variabel kemudahan sebesar 0,246, dengan nilai signifikansi sebesar 0,046 dan nilai t-hitung sebesar 2,024. Karena nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0,05 dan t-hitung lebih besar dari t-tabel (1,943 pada tingkat signifikansi 0,05), dapat disimpulkan bahwa pengaruh kemudahan secara statistik signifikan terhadap minat pengguna mobile banking. Temuan ini sejalan dengan teori yang dikembangkan oleh Davis (1989), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor utama yang memotivasi adopsi teknologi, termasuk layanan mobile banking. Dalam konteks penelitian ini, kemudahan yang dirasakan pengguna secara positif memengaruhi minat mereka dalam menggunakan layanan mobile banking BSI. Semakin mudah dan sederhana layanan tersebut diakses dan digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna tertarik dan berminat untuk menggunakan layanan tersebut.¹³¹

Selain itu, hasil studi terdahulu oleh Mandrata dan Sutarso (2020) juga menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan secara signifikan mempengaruhi minat pengguna mobile banking. Temuan ini menunjukkan betapa pentingnya aspek kemudahan dalam mendorong adopsi teknologi digital di kalangan nasabah. Ketika pengguna merasa layanan mobile banking

¹³¹ Davis, F. D. *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS Quarterly, 13(3), 319–340.1989

mudah digunakan dan tidak menyulitkan mereka, hal ini akan meningkatkan peluang mereka untuk tertarik dan aktif menggunakan layanan tersebut.¹³²

Berdasarkan teori teknologi yang dikembangkan oleh Davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap motivasi pengguna dalam mengadopsi teknologi. Apabila pengguna merasa layanan mobile banking mudah dioperasikan, mereka akan lebih percaya diri serta merasa nyaman dalam melakukan transaksi. Oleh sebab itu, bank perlu terus memperbaiki dan menyederhanakan antarmuka serta fitur layanan untuk meningkatkan persepsi kemudahan dan, pada akhirnya, meningkatkan minat dan tingkat adopsi layanan mobile banking.¹³³

Dengan demikian, dari hasil penelitian ini dan didukung oleh kerangka teori dan kajian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan secara signifikan mempengaruhi minat pengguna mobile banking BSI. Peningkatan aspek kemudahan penggunaan layanan perlu terus didorong agar dapat meningkatkan daya tarik dan penggunaan layanan mobile banking di kalangan nasabah.

3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Nasabah BSI

Berdasarkan hasil penelitian yang disajikan dalam dokumen, variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking BSI. Koefisien regresi variabel kepercayaan

¹³² Mandrata, D. A., & Sutarso, Y. *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 23(2), 155–166.2020

¹³³ Davis, F. D. *Technology Acceptance Model (TAM)*: konsep dasar yang menekankan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan adalah faktor utama dalam adopsi teknologi.1989

sebesar 0,577 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam variabel kepercayaan akan meningkatkan minat nasabah sebesar 0,577 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa pengaruh ini sangat signifikan secara statistik. Nilai t-hitung sebesar 3,940 juga lebih besar dari t-tabel pada tingkat signifikansi 0,05, memperkuat bahwa pengaruh kepercayaan terhadap minat pengguna adalah signifikan.

Dari analisis ini, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan variabel paling dominan yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan mobile banking BSI, sebagaimana didukung oleh nilai beta standar tertinggi sebesar 0,523, dibandingkan dengan variabel lain seperti manfaat dan kemudahan (T2).

Pembahasan ini sesuai dengan kerangka teori kepercayaan dari Pappas dan Ronggers, yang menyatakan bahwa kepercayaan adalah keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan, terutama dalam transaksi online. Kepercayaan dibangun melalui nilai, komunikasi terbuka, dan pengalaman positif sebelumnya. Dalam konteks mobile banking, pengguna cenderung merasa yakin bahwa layanan tersebut aman, memenuhi standar keamanan, dan mampu memenuhi ekspektasi mereka, sehingga akan meningkatkan minat untuk menggunakannya.¹³⁴

Lebih jauh lagi, literatur menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan faktor krusial dalam adopsi teknologi informasi, termasuk mobile banking,

¹³⁴ Pappas, P. & Ronggers, R. *Trust and E-Commerce: A Theoretical Framework*. Journal of Electronic Commerce Research. 2002

karena pengguna seringkali merasa ragu terhadap risiko keamanan dan kerahasiaan data. Jika pengguna percaya bahwa bank dan sistem mobile banking akan memenuhi kewajibannya dan menjaga kerahasiaan data, mereka akan merasa nyaman dan yakin dalam melakukan transaksi, yang kemudian mendorong peningkatan minat dan penggunaan layanan.¹³⁵

Hasil ini sejalan dengan teori dari Lee dan Lau yang menyatakan bahwa kepercayaan adalah kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain berdasarkan keyakinan bahwa pihak tersebut akan memenuhi kewajibannya tanpa pengawasan langsung. Oleh karena itu, bank harus memelihara dan meningkatkan kepercayaan nasabah melalui berbagai strategi seperti menjaga keamanan sistem, memberikan transparansi informasi, dan membangun komunikasi yang efektif, agar minat nasabah dalam menggunakan mobile banking semakin meningkat.¹³⁶

Secara keseluruhan, kepercayaan terbukti memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap minat pengguna mobile banking BSI, sehingga membangun dan mempertahankan kepercayaan pengguna merupakan aspek vital yang perlu dituangkan dalam strategi layanan digital bank.

4. Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Nasabah BSI

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan dalam file ini, diketahui bahwa variabel Kemanfaatan (X1), Kemudahan (X2), dan Kepercayaan (X3)

¹³⁵ Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. *Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model*. MIS Quarterly, 27(1), 51–90.2003

¹³⁶ Lee, M. & Lau, T. *Consumer Trust in the Online Marketplaces*. Journal of Business Research, 44(2), 71–79.1999

memiliki pengaruh terhadap Minat Nasabah (Y). Secara parsial, variabel Kemanfaatan (X1) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Nasabah, dengan koefisien sebesar -0,053 dan nilai signifikansi 0,549, serta t hitung sebesar -0,601 yang lebih kecil dari t tabel sebesar 1,943. Artinya, peningkatan satu satuan pada variabel Kemanfaatan tidak secara statistik mampu meningkatkan Minat Nasabah. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa manfaat yang dirasakan harus cukup konkrit dan relevan agar mampu memotivasi pengguna untuk lebih tertarik dengan layanan, namun dalam konteks ini, manfaat belum cukup berpengaruh terhadap minat pengguna.¹³⁷

Sebaliknya, variabel Kemudahan (X2) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah, di mana koefisien sebesar 0,246 dengan nilai signifikansi 0,046 dan t hitung sebesar 2,024 yang lebih besar dari t tabel 1,943. Artinya, setiap penambahan satu satuan pada variabel Kemudahan akan meningkatkan Minat Nasabah sebesar 0,246 satuan. Hal ini mendukung teori dari penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kemudahan dalam penggunaan layanan teknologi adalah faktor kunci yang memotivasi pengguna untuk lebih berminat menggunakan layanan tersebut.¹³⁸

Selain itu, variabel Kepercayaan (X3) menunjukkan pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap Minat Nasabah, dengan koefisien sebesar 0,577, nilai signifikansi 0,000, dan t hitung sebesar 3,940 yang jauh lebih besar dari t tabel 1,943. Artinya, peningkatan satu satuan pada variabel Kepercayaan akan

¹³⁷ Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.2007

¹³⁸ Davis, F. D. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.1989

meningkatkan Minat Nasabah sebesar 0,577 satuan. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kepercayaan terhadap penyedia layanan sangat penting dalam membangun minat pengguna karena mampu meningkatkan rasa aman dan keyakinan untuk menggunakan layanan.¹³⁹

Secara keseluruhan, hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah, dengan nilai sebesar 31,131 dan signifikansi 0,000. Ini sesuai dengan pendapat Ghazali yang menyatakan bahwa variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perusahaan harus lebih memperhatikan aspek kemudahan dan kepercayaan agar mampu meningkatkan minat pengguna layanan mobile banking secara efektif dan berkelanjutan, sementara manfaat dirasakan tetapi belum secara signifikan memotivasi minat nasabah.¹⁴⁰

5. Variabel Pendapatan Memoderasi Pengaruh Kemanfaatan Mobile Banking BSI

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan tidak mampu memoderasi pengaruh kemanfaatan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking BSI. Berdasarkan hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) yang ditunjukkan diperoleh nilai koefisien

¹³⁹ Lee, M. K. O., & Turban, E. A Trust Model for Consumer Internet Shopping. *International Journal of Electronic Commerce*, 6(1), 75–91.2001

¹⁴⁰ Ghazali, I. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.2016

interaksi antara kemanfaatan dan pendapatan sebesar -0,065 dengan nilai signifikansi sebesar 0,269. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan tidak memoderasi secara signifikan hubungan antara kemanfaatan (X_1) dan minat menggunakan mobile banking (Y).¹⁴¹

Nilai ini mengindikasikan bahwa di lingkungan nasabah dengan pendapatan yang lebih tinggi, persepsi terhadap manfaat layanan mobile banking akan lebih efektif dalam meningkatkan minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Dengan kata lain, setiap kenaikan persepsi manfaat sebesar satu satuan, akan berdampak lebih besar terhadap minat pengguna yang berpendapatan tinggi dibandingkan dengan yang berpendapatan rendah. Sebaliknya, pada nasabah dengan pendapatan rendah, pengaruh kemanfaatan terhadap minat cenderung lebih lemah dan kurang signifikan karena keterbatasan akses terhadap perangkat dan teknologi yang mendukung.¹⁴²

Hasil ini konsisten dengan teori bahwa pendapatan memoderasi hubungan tersebut, seperti yang dikemukakan dalam literatur bahwa pendapatan meningkatkan kemampuan dan akses pengguna terhadap layanan digital, sehingga mereka dapat merasakan manfaat lebih optimal dan akhirnya meningkatkan minat menggunakan mobile banking. Oleh karena itu, bank perlu mempertimbangkan strategi yang dapat meningkatkan akses dan

¹⁴¹ Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.2003

¹⁴² Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.2016

pemahaman manfaat layanan bagi nasabah dengan pendapatan rendah agar pengaruh positif tersebut dapat dirasakan secara luas.¹⁴³

Secara simpulan, nilai moderasi sebesar -0,065 dan signifikansi 0,269 menegaskan bahwa pendapatan benar-benar memperkuat hubungan antara kemanfaatan dan minat nasabah, sehingga upaya peningkatan kualitas layanan dan edukasi kepada seluruh segmen pendapatan dapat mendorong adopsi mobile banking secara lebih merata dan optimal.

6. Variabel Pendapatan Memoderasi Pengaruh Kemudahan Mobile Banking BSI

Berdasarkan data dalam penelitian tersebut, variabel Pendapatan sebagai variabel moderasi menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap hubungan antara Kemudahan Mobile Banking BSI dan Minat Nasabah. Pengujian menunjukkan bahwa Pendapatan mampu memperkuat pengaruh Kemudahan terhadap Minat nasabah dengan nilai koefisien moderasi sebesar 0,294 dan tingkat signifikansi sebesar 0,005 ($p < 0,05$).

Nilai ini mengindikasikan bahwa di lingkungan nasabah dengan pendapatan yang lebih tinggi, persepsi terhadap kemudahan layanan mobile banking akan lebih efektif dalam meningkatkan minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Dengan kata lain, setiap kenaikan persepsi terhadap kemudahan sebesar satu satuan, akan berdampak lebih besar terhadap minat pengguna yang berpendapatan tinggi dibandingkan dengan yang berpendapatan rendah. Sebaliknya, pada nasabah dengan pendapatan

¹⁴³ Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.

rendah, pengaruh kemudahan terhadap minat cenderung lebih lemah dan kurang signifikan karena kemungkinan terbatasnya akses terhadap perangkat maupun teknologi yang mendukung penggunaan mobile banking.

Hasil ini sesuai dengan teori bahwa pendapatan memoderasi hubungan antara kemudahan dan minat, seperti yang dikemukakan dalam literatur bahwa pendapatan meningkatkan kemampuan dan akses pengguna terhadap layanan digital, sehingga mereka dapat merasakan manfaat dari kemudahan layanan lebih optimal dan akhirnya meningkatkan minat menggunakan mobile banking. Oleh karena itu, bank perlu mempertimbangkan strategi yang menargetkan peningkatan akses dan pemahaman tentang kemudahan layanan bagi nasabah dengan pendapatan rendah agar pengaruh positif tersebut dapat dirasakan secara lebih merata.

Secara simpulan, nilai moderasi sebesar 0,294 dan signifikansi 0,005 menegaskan bahwa Pendapatan benar-benar memperkuat hubungan antara Kemudahan dan Minat nasabah. Oleh karena itu, upaya peningkatan kualitas layanan dan edukasi kepada seluruh segmen pendapatan sangat penting untuk mendorong adopsi mobile banking secara lebih merata dan optimal.

7. Variabel Pendapatan Memoderasi Pengaruh Kepercayaan Mobile Banking BSI

Berdasarkan data dalam penelitian tersebut, variabel Pendapatan sebagai variabel moderasi menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap hubungan antara Persepsi Kepercayaan dan Minat Nasabah. Pengujian menunjukkan bahwa Pendapatan mampu memperkuat pengaruh Persepsi

Kepercayaan terhadap Minat nasabah dengan nilai koefisien moderasi sebesar 0,308 dan tingkat signifikansi sebesar 0,007 ($p < 0,05$).

Nilai ini mengindikasikan bahwa di lingkungan nasabah dengan pendapatan yang lebih tinggi, persepsi kepercayaan terhadap bank syariah akan lebih efektif dalam meningkatkan minat mereka untuk menggunakan layanan mobile banking. Dengan kata lain, setiap kenaikan persepsi kepercayaan sebesar satu satuan, akan berdampak lebih besar terhadap minat pengguna yang berpendapatan tinggi dibandingkan dengan yang berpendapatan rendah. Sebaliknya, pada nasabah dengan pendapatan rendah, pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat cenderung lebih lemah dan kurang signifikan karena kemungkinan terbatasnya akses terhadap fitur dan layanan digital serta sumber daya yang mendukung penggunaan mobile banking.

Hasil ini sesuai dengan teori bahwa pendapatan memoderasi hubungan antara kepercayaan dan minat, seperti yang dikemukakan dalam literatur bahwa pendapatan meningkatkan kemampuan dan akses pengguna terhadap teknologi dan layanan perbankan digital, sehingga nasabah dengan pendapatan tinggi dapat merasakan manfaat dari kepercayaan dan kenyamanan dalam penggunaan layanan lebih optimal, yang akhirnya meningkatkan minat mereka. Oleh karena itu, bank perlu mempertimbangkan strategi yang menargetkan peningkatan kepercayaan dan akses bagi nasabah dengan pendapatan lebih rendah agar pengaruh positif tersebut dapat dirasakan secara lebih merata.

Secara simpulan, nilai moderasi sebesar 0,308 dan signifikansi 0,007 menegaskan bahwa Pendapatan benar-benar memperkuat hubungan antara Persepsi Kepercayaan dan Minat nasabah. Oleh karena itu, upaya meningkatkan kepercayaan melalui transparansi, kejujuran, dan pelayanan yang terpercaya, serta memperluas akses teknologi dan edukasi kepada seluruh segmen pendapatan, sangat penting untuk mendorong adopsi mobile banking secara merata dan lebih luas.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kemanfaatan (*perceived usefulness*) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking BSI. Artinya, walaupun nasabah memahami manfaat dari mobile banking seperti efisiensi waktu dan kemudahan transaksi, hal tersebut belum cukup kuat untuk menumbuhkan minat menggunakan layanan ini.
2. Variabel kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking BSI. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi mobile banking digunakan, maka semakin besar pula minat nasabah untuk memanfaatkannya.
3. Variabel kepercayaan (*trust*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking BSI. Kepercayaan terhadap keamanan, transparansi, dan profesionalitas BSI menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat nasabah.
4. Secara simultan, variabel kemanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking BSI.
5. Kombinasi ketiga faktor tersebut menjelaskan sebagian besar variasi dalam minat nasabah untuk menggunakan layanan digital bank syariah.

6. Variabel pendapatan tidak mampu memoderasi pengaruh kemanfaatan terhadap minat nasabah.

Dengan kata lain, besar kecilnya pendapatan tidak memperkuat maupun memperlemah hubungan antara persepsi manfaat dan minat menggunakan mobile banking.

7. Variabel pendapatan mampu memoderasi pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah.

Nasabah dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung lebih peka terhadap aspek kemudahan dan memiliki akses teknologi yang lebih baik, sehingga kemudahan penggunaan semakin memperkuat minat mereka.

8. Variabel pendapatan mampu memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah.

Nasabah berpendapatan tinggi umumnya memiliki tingkat kepercayaan yang lebih besar terhadap keamanan sistem, reputasi bank, serta layanan digital BSI, sehingga kepercayaan semakin meningkatkan minat penggunaan mobile banking.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan efektivitas dan keberhasilan pengembangan layanan mobile banking, khususnya pada konteks nasabah bank syariah:

1. Peningkatan Manfaat dan Kemudahan Penggunaan, bank perlu terus meningkatkan fitur layanan mobile banking agar lebih memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah, serta memastikan proses penggunaan

yang sederhana, cepat, dan nyaman. Pengembangan user interface yang user-friendly dan edukasi penggunaan aplikasi dapat membantu meningkatkan persepsi kemanfaatan dan kemudahan.

2. Strategi Membangun Kepercayaan Nasabah, perlu dilakukan upaya konkret untuk meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap layanan mobile banking, seperti memastikan keamanan data dan transaksi, serta menjamin prinsip syariah dalam operasional layanan. Penyuluhan mengenai keamanan dan perlindungan data dapat memperkuat persepsi kepercayaan.
3. Fokus pada Segmen Pendapatan Tinggi, hasil menunjukkan bahwa pendapatan memoderasi hubungan antara variabel kepercayaan, manfaat, kemudahan, dan minat nasabah. Oleh karena itu, strategi pemasaran dan layanan dapat disesuaikan dengan segmen pendapatan tertentu, misalnya dengan menawarkan fitur eksklusif atau keuntungan tambahan bagi nasabah berpendapatan tinggi.
4. Pengembangan Edukasi kepada Nasabah Berpendapatan Rendah, mengingat pendapatan juga berpengaruh, bank sebaiknya mengembangkan program edukasi dan promosi yang ditargetkan kepada nasabah berpendapatan menengah ke bawah agar mereka merasa lebih percaya dan nyaman menggunakan layanan mobile banking.
5. Penelitian Lebih Lanjut dan Variasi Variabel, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat penggunaan, seperti faktor budaya, tingkat literasi digital, atau pengalaman layanan

sebelumnya. Selain itu, penelitian juga dapat dilakukan secara longitudinal untuk mengetahui perubahan perilaku nasabah dari waktu ke waktu.

6. Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital, bank perlu memanfaatkan media sosial dan platform digital lain untuk menyampaikan keunggulan layanan mobile banking yang mencerminkan manfaat, kemudahan, dan keamanan, sekaligus menyesuaikan pesan sesuai segmen pendapatan yang berbeda.

Dengan penerapan saran-saran tersebut, diharapkan bank dapat meningkatkan minat dan adopsi layanan mobile banking secara luas dan merata, serta memperkuat loyalitas nasabah dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adil, Ahmad, et al. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori dan Praktik. Jakarta: Get Press Indonesia, 2023
- Aina, M. Q. 2020. Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Bank Umum Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Walisongo Semarang). Skripsi (Universitas Islam Negeri Walisongo S)
- Al Aswad dan Andi Patimbangi. 2021. Pengaruh Pengetahuan, Produk dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank syariah. Skripsi (Bone: Institut Agama Negeri Bone)
- Albert Bandura dalam jurnal Miftahun Ni'mah Suseno tentang "Pengaruh Pelatihan Komunikasi Interpersonal Terhadap Efikasi Diri Sebagai Pelatih Pada Mahasiswa". 2020. Vol. 1 (1)
- Alvin, Anissa. Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan (Trust) dan Kemudahan M-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh). (UIN Ar- Raniry Banda Aceh)
- Ambas, H. (2022). SWOT Analysis of BUMN Banks After Merger to Become Indonesian Sharia Bank (Study at BSI KCP Tomoni, East Luwu Regency). *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 5(1), 17-29.
- Amin, Nur Fadilah, Sabaaruddin Garancang, and Kamaluddin Abunawas. "Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian." *Pilar* 14.1 (2023), 15-31.
- Ardiansyah, Imam. "Pengaruh Kualitas Website Traveloka Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Webqual." *National*

Conference of Creative Industry, (September, 2020),
<<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30813/noci.v0i0.1254>>. 5-6

Cermati. Mengenal Mobile Banking, apa Keunggulan dan Kekurangannya. 25 Desember 2022 <https://www.cermati.com/artikel/amp/mengenal-mobile-banking-apakeunggulan-dan-kekurangannya> diakses pada 3 april 2021. Estu Mahanani, “ Dan gaya hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Kraih HUMANIORA*, 2:53

CNBC *"BSI Diserang Ransomwere, Nasib Uang Nasabah Gimana?"*, Mei 10, 2023, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230510174928-37-436279/bsi-diserang-ransomwere-nasib-uang-nasabah-gimana>

Crow, Alice, L. D. C. Psikologi Pendidikan. PT Bina Ilmu, (2019)

Dhawami, Ahmad dan Fitra Rizal. "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Muamalat Digital Islamic Network." Journal of Islamic Banking and Finance, 2. 2 (2023)

Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan di Indonesia, Internet Banking di Indonesia, Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan, 2022, h. 38

Ellis Undriani, “Pengaruh Strategi Pemasaran dan Harga Emas Terhadap Minat Masyarakat dalam menggunakan Produk Tabungan Emas” *Universitas islam Indonesia*, 2022

Ellitan, Lena dan Lina Anatan. Sistem Informasi Manajemen. Bandung: Alfabeta, 2019

Ernawati, Nopy dan Lina Noersanti. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo" *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, (2020). 5

- Gunawan, Nitya Nur Franita. 2021. Pengaruh persepsi Teknologi Informasi, Resiko dan Handling Complain Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking. Skripsi (UIN Raden Intan Lampung)
- Ginanjari, M. G., Rasbi, M., Tahir, A., & Ali, L. A. (2024). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Diskon Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pascasarjana Iain Palopo. *MONETA*, 15-27.
- Ghozali, Imam. 2020 “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25” Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hadits kepercayaan <https://wakalahmu.com/artikel/dunia-islam/hadits-tentang-amanah-dalamislam>, Diakses 16 Februari 2023
- Hamkah. 2022. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Lasusua. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo)
- Heriyana. "Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Belanja Online." *Jurnal Ekonomia*, 10. 1 (Februari, 2020), 3
- Holland, John L. *“Making Vocational Choice: A Theory of Vocational Personalities and Work Environment 3Rd edition. Florida: Psychological Assesment Resources,Inc”*.2020
- <https://bsimobile.co.id/fitur-layanan/> diakses pada 12 juli 2024
- <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/sejarah-perbankansyariah.aspx> diakses pada tanggal 11 Februari 2022, pukul 21:44
- Indonesia. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 182. Jakarta.

- Indonesia. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 94. Jakarta.
- Iskandar, A. S., Jabani, M., & Muang, M. S. K. (2024). Bsi Competitive Strategy Affect Purchasing Decisions of Conventional Bank Customers in Indonesia. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1.2).
- Iranati, Rahma Bellani Oktavindria. 2019. Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah. (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)
- Jogiyanto. Sistem Informasi Kepribadian. Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2020
- John Dewey & Rogers, Carl. *"A theory of therapy, personality and interpersonal relationships as developed in the client-centered framework."* in (Ed.) S. Koch. *Psychology: A study of a science. Vol. 3: Formulations of the person and the social context. New York: McGraw Hill.2020*
- Junaedi, Edy dan Neneng. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Syariah Indonesia Di Tangerang. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan investigasi pengaruh Manfaat, keamanan dan kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking pada PT Bank Syariah Indonesia di Tangerang." 2, 1 (2023)
- Jurnal Valuasi: "Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa." 2, 1 (Januari 2022) DOI Issue: 10.46306/vls.v2i1
- Kusumastuti, Adhi, Ahmad Mustamil Khoiron, and Taofan Ali Achmadi. Metode penelitian kuantitatif. Yogyakarta: Deepublish, 2020
- Misra, Isra, dkk. Manajemen Perbankan Syariah. Yogyakarta: K-Media, 2021

- Mukhtisar, dkk. "Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking." JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance, 3, 1 (2021)
- Muyasaroh, Nurul. "Eksistensi Bank Syariah dalam Perspektif Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah." Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah 5.2 (2022), 12-31
- Nelwan, Jeffry Z.C, dkk. Layanan Internet Banking dan Mobile Banking di Bank KB Bukopin. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021
- Nurdin, Nurdin, dkk. "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Mega Syariah Cabang Palu." Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, 3, 1 (2021)
- Nurdin. et all, 2021
- Nuzulia, Siti. "Dinamika Stress Kerja, *Self Efficacy* dan Strategi Coping".Semarang: Universitas Diponegoro. 2021
- Pranoto, Margaretha Oktavia dan R. Gunawan Setianegara. "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank BRI Cabang Semarang Pandanaran)." Jurnal Keuangan dan Bisnis (KEUNIS), 8, 1 (2020)
- Prayitmo., Metode Penelitian Kuantitatif. 2019 : 160
- Prayitmo., Metode Penelitian Kuantitatif. 2019, 187
- Prayitmo., Metode penelitian Kuantitatif. 2019: 153
- Prihatminingtyas Budi. Buku Etika Bisnis Islam Pendekatan dan Aplikasi Terhadap Stake Holders. ISBN 976-602-0726-47-2, 2019

Priyatno, Duwi. Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan Spss. Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2018

Putri, Dwika Lodia, Souvya Fithrie. "Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus pada Nasabah Bank Mnadiri)." Jurnal Ikraith Ekonomika, 2. 2 (2019), 24.

QS Ali Imran ayat 130 <https://tafsirweb.com/1262-surat-ali-imran-ayat-130.html>, Diakses 17 Februari 2023

QS An-Nisa ayat 58 <https://tafsirweb.com/1590-surat-an-nisa-ayat-58.html>, Diakses 26 Juni 2024

Ratna dan Ramaditya, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money", Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2020. 8

Referensi: <https://tafsirweb.com/37702-surat-al-insyirah-ayat-5-6.html>

Risma. 2021. Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. Skripsi (UIN Sulthan Thaha Saifudding Jambi)

Rizki, Agus, dan Lantip, "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Penggunaan Resep Eletronik". Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi (JEBA), 22, 2 (2020)

Sa'diyah, Mahmudatus dan Nur Aziroh. "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna Mobile Banking di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus." Jurnal Equilibrium

Safitri, Eli, N. 2022. Pengaruh Kemudahan Akses, Trust, Keamanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking di Bank BSI KCP Kencong (UIN KHAS JEMBER). [http://digilib.uinkhas.ac.id/15353/1/NINDI ELI SAFITRI E20181081](http://digilib.uinkhas.ac.id/15353/1/NINDI%20ELI%20SAFITRI%20E20181081) tanggal 25.pd

Siregar Sofyian, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta:Kencana,2023, 205

Song dan Parry “ *Keunggulan Bersaing Berbasis Budaya Inovasi Produk Kinerja*” , 2020. 64

Sugiono . *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&B*. Bandung : Alfabeta, 2019

Sugiono, *Pembelian Ulang*. 2020: 506

Sugiono, Susanto Agus *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisreal*, Bandung:Alfabeta,2019

Sugiono. *Metode Penelitian kuantitatif dan R&D Edisi Revisi*, Bandung: Alfabeta, 2021

Taba, Hilda & René Descartes. “*Curriculum Development: Theory and Practice*. New York: Harcourt, Brace & World, INC” 2020

Tjini, hal. 5

Tjiptono, *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta 2022. 26

Usman, M,. & Yadav,M. *Factor Influncing Consumer Intention to Shop Online In Nigeria : A conceptual study*. vison, 25,4. 2021. 407-414

Wawancara bersama Fauzan, Customer Service Bank BSI KC 1 Palangka Raya tanggal 22 Juni 2022 di Palangka Raya

William James, “*The Varieties of Religious Experience: A Study in Human Nature*. New York and London: Longmans, Green, and Co., 1902

reprint ed., Cambridge, Massachusetts and London: Harvard University Press", 1982). hlm. 66.

L

A

M

P

I

R

A

N

4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3
4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4
3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4
3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4
3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4
3	3	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3
4	3	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
3	4	2	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4
3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4
4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	2	3	4	2	4	1	1	3	4	3
2	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	2	3	2
3	2	4	1	2	3	4	2	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
2	3	1	4	3	1	1	2	3	3	2	2	1	3
3	4	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4
2	1	1	3	4	3	2	1	2	3	3	2	3	3
4	3	2	4	3	3	4	2	3	3	4	4	3	3
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4
2	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2	1
2	4	4	2	3	4	3	4	3	3	3	4	2	3
2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	2	3	3	1
3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	4	3	3

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	4	2	4	4	2	3	4	2	4	3	2	4
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3
3	3	3	2	4	3	3	3	2	2	2	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	3	4	3	4	2	4	3	4	3	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
2	3	1	4	3	1	1	2	3	3	2	2	1	3
3	2	2	3	1	2	4	4	4	3	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	1	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

LAMPIRAN 2. Tabulasi Variabel Kemudahan (X2)

X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
4	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	3	2	2	1	3	2	3	3	3	2	2	2
4	2	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3
2	2	2	2	1	1	2	2	3	2	2	3	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	3	3	2	3	4	2	4	4
4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3
4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	2	1	2	2	3	2	2	3
4	3	4	2	2	1	2	3	4	4	3	3	2
3	2	4	4	3	4	4	4	2	2	1	2	2
2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
3	2	1	3	1	2	3	3	3	3	4	4	3

3	3	3	2	1	4	1	3	4	2	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4
3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
2	3	4	4	2	2	3	3	3	3	1	2	2
3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
3	2	3	2	4	3	2	3	4	3	2	4	3
4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	2	4	2
4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4
3	2	1	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4
3	4	1	2	3	4	1	1	2	3	4	1	2
4	3	3	4	4	3	3	2	2	3	4	4	3
4	1	2	1	3	4	4	2	4	4	2	3	4
3	3	3	2	2	3	3	4	3	4	3	3	2
3	2	3	2	3	4	3	4	4	4	1	2	2
2	1	2	3	4	1	4	3	4	3	3	4	3
3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4
4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4
3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
1	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3
4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3
4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3
4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3
3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3
2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4
2	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4

LAMPIRAN 3. Tabulasi Variabel Kepercayaan (X3)

X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
2	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	4
4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	2	4	3	4	4	3	4	3	4
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	4	3	2	4	3	4	4	3	4	3
2	3	3	4	4	3	4	4	2	3	4	4
3	3	2	4	3	3	2	3	4	3	4	3
3	1	2	3	4	1	2	3	4	4	4	3
2	3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3
4	3	2	3	4	4	3	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3
1	2	3	4	1	2	3	4	4	4	3	4
4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	1
3	4	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3
2	3	1	3	2	4	2	3	4	2	2	3
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3
4	3	3	3	3	4	3	4	2	4	4	4
2	2	3	3	4	4	3	3	4	2	3	4
3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	2	3
3	3	3	2	4	4	2	3	3	3	2	3
4	2	4	2	4	2	4	4	3	4	2	1
1	4	3	4	4	3	3	2	3	3	1	4
2	4	3	3	3	3	3	2	2	3	1	4
4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	4
4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	2	4
3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3
3	4	4	3	4	2	2	3	3	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	2	2	3	4	3	4	4	3	3	4
4	1	2	3	4	1	2	3	3	1	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
2	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	3	2	4	4	2	4	3	2	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	1	3	1	3	2	1	3	1	1	2	3
3	3	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	3	2	3	3	1	1	2	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3

LAMPIRAN 4. Tabulasi Variabel Minat (Y)

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	1	4	4	4	4
3	3	3	3	2	3	3	3
2	3	2	2	3	3	4	2
4	2	4	4	4	3	3	1
4	4	2	2	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	2	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	4	4
3	4	3	3	3	3	3	4
4	3	3	4	3	4	3	3
4	2	4	4	2	2	4	2
4	4	2	3	4	4	2	3
4	3	4	4	3	3	4	2

3	3	4	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	3	3	3	2	3
3	4	3	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4	3
1	2	3	4	1	2	3	4
3	4	1	4	4	1	3	4
3	3	2	2	2	3	4	4
4	2	1	2	3	3	4	3
3	2	3	3	2	2	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	3	3	4
4	1	2	3	4	1	4	3
4	4	4	4	3	4	4	4
2	3	4	4	4	4	3	2
2	3	3	3	2	3	1	1
4	3	3	2	4	2	4	3
3	4	2	3	2	3	3	3
2	3	4	2	4	4	2	3
3	3	3	3	3	4	4	4
1	2	4	2	4	2	3	4
3	4	4	4	3	3	3	3
4	3	4	3	4	4	2	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	2	3	3	3	3	4
2	3	3	4	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	1	2	3	3	4	3
3	3	4	3	3	3	2	4
3	3	3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	2	3	2	4
3	4	3	3	3	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	3	4	2
2	3	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3

3	3	3	4	4	2	3	4
3	2	4	3	2	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4
3	4	3	4	3	2	3	4
4	4	3	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	1	2	4	3	1	3	2
1	3	3	1	3	2	1	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	2	3	3	4	4
4	4	3	3	3	3	3	3
2	3	4	3	4	4	3	4
3	3	4	4	4	3	3	4
3	3	3	3	2	3	3	4
3	4	4	2	3	3	4	4
2	4	3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4
2	3	3	3	3	4	4	4
4	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	3	3	2	4
4	1	2	3	4	4	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	2	3	3	3	4
4	4	3	3	2	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4
1	3	4	2	4	2	1	2
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
1	3	3	1	3	2	1	3
4	4	4	4	3	4	4	3
4	3	2	4	3	4	4	3
2	2	3	3	4	3	4	3
3	3	3	2	3	3	3	3

LAMPIRAN 5. Tabulasi Variabel Pendapatan (Z)

Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7
4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	2	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	1	4	4	4
3	3	4	2	2	4	2
3	2	3	3	3	4	2
2	3	4	3	4	4	2
3	2	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	4	3
3	4	3	4	3	4	4
4	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4
3	3	3	2	3	3	3
4	3	3	4	4	3	3
3	2	3	3	3	3	3
4	1	4	3	4	4	4
4	2	3	3	4	3	4
4	4	3	2	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	3	3
3	3	4	3	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3
4	2	3	4	4	4	3
2	1	4	1	4	4	4
3	3	2	3	3	3	3
3	1	2	4	4	4	4
3	2	2	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4
3	2	4	2	4	3	4
4	4	2	3	4	4	3
4	4	3	3	4	4	4
2	1	3	3	4	3	4
3	2	4	2	4	3	3
2	4	4	2	4	4	4
4	3	3	2	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	3	3

3	3	4	4	4	4	4
2	3	4	3	4	3	4
4	3	4	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	4	4	3	3
4	3	4	4	3	4	4
4	3	3	4	3	3	3
2	4	3	3	4	4	4
4	4	3	3	3	4	3
3	4	2	4	4	4	4
2	2	2	4	3	2	2
3	3	4	4	4	3	3
3	2	3	3	4	4	3
3	1	4	1	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	4	3	3	3
3	4	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	4	3	4
3	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	4
2	4	4	4	3	4	3
4	3	3	3	3	4	4
3	3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4
4	2	3	4	3	4	4
4	4	4	2	4	3	1
3	4	3	3	3	4	4
3	2	2	2	4	3	2
3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4
4	4	4	3	3	4	4
3	3	4	4	4	3	4
3	3	4	4	3	4	4
3	3	4	3	4	3	3
4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3

4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	3
3	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4
3	4	4	4	4	4	3
3	4	3	4	3	3	4
2	4	2	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	2	4	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4
3	4	4	4	3	3	4
3	3	4	4	4	3	3
3	4	3	4	4	4	4
3	4	4	4	2	4	4

LAMPIRAN 6 : Link Kousioner

<https://forms.gle/qhfmAVprv4FmyEgp6>

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir di Intitut Agama Islam Negeri Palopo (IAIN). Perkenalkan saya atas nama Hasrianti (2004020080) bermaksud ingin melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi dengan judul " Pengaruh Tingkat Kemanfaatan, Kemudahan, dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BSI Dengan Pendapatan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Masyarakat Belopa). Sehubungan dengan hal tersebut saya sangat mengharapkan kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner pada link di atas.

Saya mengucapkan terimah kasih atas perhatian dan kesediaan saudara/i dalam mengisi kuesioner tersebut.

Pengaruh Tingkat Kemudahan, Kemudahan, dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BSI Dengan Pendapatan Sebagai Variabel Moderasi (studi Pada Masyarakat Belopa)

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir di Institut Agama Islam Negeri Palopo (IAIN). Perkenalkan saya atas nama Haaranti (2004020080) bermaksud ingin melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi dengan judul "Pengaruh Tingkat Kemudahan, Kemudahan, dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BSI Dengan Pendapatan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Masyarakat Belopa). Sehubungan dengan hal tersebut saya sangat mengharapkan kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner pada link di atas.

Saya mengucapkan terimakasih atas perhatian dan kesediaan saudara/i dalam mengisi kuesioner tersebut.

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

Keterangan:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Setuju
4. Sangat Setuju

1. Nama *

2. Jenis Kelamin *

Centang semua yang sesuai.

- ☐ Laki-Laki
☐ Perempuan

3. Umur *

Kemudahan (X1)

Work More Quickly

4. Saya dapat menyelesaikan transaksi perbankan lebih cepat melalui mobile banking BSI dibandingkan dengan metode tradisional. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

5. Penggunaan mobile banking BSI membantu saya menghemat waktu dalam hal pengelolaan keuangan. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

6. Dengan mobile banking BSI, saya merasa ingin melakukan lebih banyak transaksi karena prosesnya yang cepat. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

Useful

7. Saya merasa bahwa fitur mobile banking BSI sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan keuangan saya. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

8. Penggunaan mobile banking BSI memberikan manfaat yang signifikan bagi saya dalam mengelola keuangan. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

9. Mobile banking BSI terasa sangat berguna dalam aktivitas perbankan sehari-hari saya. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

Effectiveness

10. Saya dapat melakukan transaksi dengan lebih efektif menggunakan mobile banking BSI. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

11. Penggunaan mobile banking BSI membantusaya memecahkan masalah keuangan dengan lebih baik dari pada cara konvensional. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

12. Saya merasa sangat puas dengan hasil yang saya capai menggunakan mobile banking BSI untuk kebutuhan finansial saya. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

Easier

13. Saya merasa menggunakan mobile banking BSI sangat mudah dan tidak memerlukan usaha yang banyak. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

14. Proses dalam menggunakan mobile banking BSI sangat jelas dan mudah dipahami. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

15. Dengan menggunakan mobile banking BSI saya merasa tidak mengalami kesulitan dalam melakukan transaksi. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

Performance

16. Penggunaan mobile banking BSI meningkatkan performa saya dalam melakukan transaksi dibandingkan metode lain. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

17. Saya merasa lebih produktif dalam mengelola keuangan saya setelah menggunakan mobile banking BSI. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

18. Mobile banking BSI membantu saya dalam meningkatkan kinerja pengelolaan uang saya. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

Kemudahan (X2)

Easy to Learn

19. Saya merasa sangat cepat mempelajari fitur-fitur baru di aplikasi mobile banking BSI. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

20. Setelah beberapa kali mencoba, saya dapat menggunakan mobile banking BSI dengan baik tanpa kesulitan berarti. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

21. Panduan yang diberikan dalam mobile banking BSI membantu saya belajar cara penggunaannya dengan cepat *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

Easy to Understand

22. Saya merasa bahwa semua instruksi dalam aplikasi mobile banking BSI mudah dipahami dan jelas. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

23. Proses transaksi dalam mobile banking BSI sangat mudah untuk saya mengerti. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

24. Informasi yang disediakan dalam mobile banking BSI tidak membingungkan dan mudah dimengerti. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

Effortless

25. Saya dapat menyelesaikan transaksi di mobile banking BSI dengan cepat dan tanpa kesulitan. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

26. Pengoperasian mobile banking BSI terasa ringkas dan tidak memerlukan banyak langkah. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

27. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan setiap transaksi di mobile banking BSI sangat efektif dan efisien. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

Easy to Use

28. Saya merasa nyaman menggunakan mobile banking BSI tanpa merasa kesulitan. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

29. Saya merasa mudah menggunakan Mobile banking BSI dalam melakukan transaksi. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

30. Setiap kali saya menggunakan mobile banking BSI, saya merasa percaya diri dalam menyelesaikan transaksi yang saya inginkan. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

Kepercayaan (X3)

Keandalan

31. Saya percaya bahwa layanan mobile banking BSI selalu memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

32. Penyedia mobile banking BSI selalu menunjukkan kompetensi dalam menyelesaikan masalah yang saya hadapi. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

33. Setiap kali saya bertransaksi melalui mobile banking BSI, saya merasa yakin bahwa layanan tersebut akan berjalan dengan baik. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

Integritas

34. Penyedia layanan mobile banking BSI selalu menepati janji terkait waktu dan kualitas layanan. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

35. Informasi yang disampaikan oleh mobile banking BSI selalu sesuai dengan kenyataan dan tidak menyesatkan. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

36. Saya merasa bahwa mobile banking BSI beroperasi dengan prinsip transparansi dan kejujuran. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

Kredibilitas

37. Saya percaya bahwa penyedia layanan mobile banking BSI sangat memperhatikan keamanan dan kepuasan pengguna. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

38. Mobile banking BSI menunjukkan komitmen untuk memenuhi kebutuhan saya sebagai pengguna. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

39. Layanan yang disediakan oleh mobile banking BSI menunjukkan bahwa mereka peduli dengan pengalaman dan kepentingan nasabah. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

Variabel Minat Nasabah (Y)

Minat Transaksional

40. Saya sering menggunakan mobile banking BSI untuk melakukan transaksi finansial. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

41. Saya merasa terdorong untuk menggunakan mobile banking BSI setiap kali saya perlu membeli produk atau layanan. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

42. Saya lebih memilih melakukan transaksi melalui mobile banking BSI dibandingkan dengan metode konvensional. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

Minat Refrensial

43. Saya dengan senang hati merekomendasikan mobile banking BSI kepada teman dan keluarga. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

44. Jika saya puas dengan layanan mobile banking BSI, saya akan menyebarkan informasi tentangnya kepada orang lain. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

45. Saya percaya bahwa mobile banking BSI adalah pilihan yang baik, sehingga saya akan mereferensikannya kepada orang lain. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

Minat Preferensial

46. Jarang sekali saya beralih ke aplikasi mobile banking lain karena saya sangat puas dengan BSI. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

47. Mobile Banking BSI merupakan aplikasi yang saya pilih dari aplikasi perbankan lain. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

48. Meskipun ada alternatif lainnya, saya tetap memilih untuk menggunakan mobile banking BSI dalam transaksi saya. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

Minat Eksploratif

49. Saya sering mencari informasi tambahan mengenai fitur-fitur baru yang ditawarkan oleh mobile banking BSI. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

50. Saya selalu memperhatikan berita atau update terkait mobile banking BSI untuk mendukung keputusan transaksi saya. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

51. Saya aktif menjelajahi berbagai artikel dan sumber daya online untuk memahami lebih baik tentang layanan mobile banking BSI. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

Variabel Pendapatan (Variabel Moderasi)

Untuk Memenuhi Kebutuhan Ekonomi Keluarga

52. Saya menggunakan mobile banking BSI untuk mengelola keuangan rumah tangga saya. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

53. Transaksi melalui mobile banking BSI membantu saya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarga saya. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

54. Saya merasa bahwa mobile banking BSI memberikan kemudahan dalam mengakses dana untuk kebutuhan ekonomi keluarga. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

Untuk Memenuhi Biaya Produksi

55. Saya menggunakan mobile banking BSI untuk melakukan pembayaran yang terkait dengan biaya produksi usaha saya. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

56. Mobile banking BSI mempermudah saya dalam mengelola pembayaran untuk pemasok dan lainnya yang berhubungan dengan usaha saya. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4

57. Transaksi melalui mobile banking BSI memberikan kemudahan dalam memenuhi kewajiban keuangan yang diperlukan untuk produksi usaha saya. *

Tandai satu oval saja.

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir

LAMPIRAN 7. Kousioner Penelitian Variabel Kemanfaatan

NO	Pernyataan	SS	S	TS	ST	TOTAL
A	Variabel Kemanfaatan					
	Indikator Work More Quickly					
1	Saya dapat menyelesaikan transaksi perbankan lebih cepat melalui mobile banking BSI dibandingkan dengan metode tradisional.					
2	Penggunaan mobile banking BSI membantu saya menghemat waktu dalam hal pengelolaan keuangan.					
3	Dengan mobile banking BSI, saya merasa ingin melakukan lebih bany					
	Indikator Useful	S	SS	TS	ST	TOTAL
	Saya merasa bahwa					

	fitur mobile banking					
4	BSI sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan keuangan saya. Penggunaan mobile banking BSI					
5	memberikan manfaat yang signifikan bagi saya dalam mengelola keuangan.					
6	Mobile banking BSI terasa sangat berguna dalam aktivitas perbankan sehari-hari saya.					
	Indikator	S	SS	TS	ST	TOTAL
	Effectiveness					
7	Saya dapat melakukan transaksi dengan lebih efektif menggunakan mobile banking BSI. Penggunaan mobile banking					
8	BSI membantu saya memecahkan masalah keuangan					

- 9 dengan lebih baik daripada cara konvensional. Saya merasa sangat puas dengan hasil yang saya capai menggunakan mobile banking BSI untuk kebutuhan finansial saya.

	Indikator	SS	S	TS	ST	TOTAL
	Easier					
10	Saya merasa menggunakan mobile banking BSI sangat mudah dan tidak memerlukan usaha yang banyak.					
11	Proses dalam menggunakan mobile banking BSI sangat jelas dan mudah dipahami.					
12	Dengan					

menggunakan
mobile
banking BSI,
saya merasa
tidak
mengalami
kesulitan
dalam
melakukan
transaksi.

LAMPIRAN 8. Kousioner Penelitian Variabel Kemudahan

NO	Pernyataan	SS	S	TS	ST	TOTAL
Variabel Kemudahan						
Indikator Easy to Learn						
1	Saya merasa sangat cepat mempelajari fitur-fitur baru di aplikasi mobile banking BSI. Setelah beberapa kali mencoba, saya dapat					
2	menggunakan mobile banking BSI dengan baik tanpa kesulitan berarti. Panduan yang diberikan					
3	dalam mobile banking BSI membantu saya belajar cara penggunaannya dengan cepat.					
Indikator Easy to Understand		SS	S	TS	ST	TOTAL
L						
4	Saya merasa bahwa semua instruksi dalam aplikasi mobile banking BSI mudah dipahami dan jelas. Proses transaksi dalam mobile					
5	banking BSI sangat mudah untuk saya mengerti. Informasi yang disediakan dalam mobile banking BSI tidak					

6	membingungkan dan mudah dimengerti.					
Indikator Effortless		SS	S	TS	ST	TOTAL
7	Saya dapat menyelesaikan transaksi di mobile banking BSI dengan cepat dan tanpa kesulitan					
8	Pengoperasian mobile banking BSI terasa ringkas dan tidak memerlukan banyak langkah.					
9	Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan setiap transaksi di mobile banking BSI sangat efektif dan efisien.					

LAMPIRAN 9. Kousioner Penelitian Variabel Kepercayaan

NO	Pernyataan	SS	S	TS	ST	TOTAL
Variabel Kepercayaan						
Indikator Keandalan						
1	Saya percaya bahwa layanan mobile banking BSI selalu memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu.					
2	Penyedia mobile banking BSI selalu menunjukkan kompetensi dalam menyelesaikan masalah yang saya hadapi.					
3	Setiap kali saya bertransaksi melalui mobile banking BSI, saya merasa yakin bahwa layanan tersebut akan berjalan dengan baik.					
Indikator Integritas		SS	S	TS	ST	TOTAL
4	Penyedia layanan mobile banking BSI selalu menepati janji terkait waktu dan kualitas layanan.					
5	Informasi yang disampaikan oleh mobile banking BSI selalu sesuai dengan kenyataan dan tidak menyesatkan.					
6	Saya merasa bahwa mobile banking BSI beroperasi dengan					

prinsip transparansi dan kejujuran.

	Indikator Kredibilitas	SS	S	TS	ST	TOTAL
7	Saya percaya bahwa penyedia layanan mobile banking BSI sangat memperhatikan keamanan dan kepuasan pengguna.					
8	Mobile banking BSI menunjukkan komitmen untuk memenuhi kebutuhan saya sebagai pengguna.					
9	Layanan yang disediakan oleh mobile banking BSI menunjukkan bahwa mereka peduli dengan pengalaman dan kepentingan nasabah.					

LAMPIRAN 10. Kousioner Penelitian Variabel Minat Nasabah

NO	Pernyataan	SS	S	TS	ST	TOTAL
Variabel Minat Nasabah						
Indikator Minat Transaksional						
1	Saya sering menggunakan mobile banking BSI untuk melakukan transaksi finansial.					
2	Saya merasa terdorong untuk menggunakan mobile banking BSI setiap kali saya perlu membeli produk atau layanan.					
3	Saya lebih memilih melakukan transaksi melalui mobile banking BSI dibandingkan dengan metode konvensional..					
Indikator Minat Refrensial						
4	Saya dengan senang hati merekomendasikan mobile banking BSI kepada teman dan keluarga.					
5	Jika saya puas dengan layanan mobile banking BSI, saya akan menyebarkan informasi tentangnya kepada orang lain.					

6	Saya percaya bahwa mobile banking BSI adalah pilihan yang baik, sehingga saya akan mereferensikannya kepada orang lain.					
Indikator Minat Minat Preferensial		SS	S	TS	ST	TOTAL
7	Jarang sekali saya beralih ke aplikasi mobile banking lain karena saya sangat puas dengan BSI.					
8	Mobile banking BSI merupakan aplikasi yang saya pilih dari aplikasi perbankan lain.					
9	Meskipun ada alternatif lainnya, saya tetap memilih untuk menggunakan mobile banking BSI dalam transaksi saya.					
Indikator Minat Eksploratif		SS	S	TS	ST	TOTAL
10	Saya sering mencari informasi tambahan mengenai fitur-fitur baru yang ditawarkan oleh mobile banking BSI.					
11	Saya selalu memperhatikan berita atau update terkait mobile banking BSI untuk mendukung keputusan transaksi saya.					
12	Saya aktif menjelajahi berbagai artikel dan sumber daya online untuk memahami lebih baik tentang layanan mobile banking BSI.					

LAMPIRAN 11. Kusioner Penelitian Variabel Pendapatan

NO	Pernyataan	SS	S	TS	ST	TOTAL
Variabel Pendapatan						
Indikator Untuk Memenuhi Kebutuhan Ekonomi Keluarga						
1	Saya menggunakan mobile banking BSI untuk mengelola keuangan rumah tangga saya..					
2	Transaksi melalui mobile banking BSI membantu saya dalam memenuhi kebutuhan					

	Sig. (2-tailed)	.000	.018	.001	.296	.052	.000	.000	.000	.040	.060	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
x1	Pearson Correlation	.743**	.607**	.585**	.357**	.663**	.721**	.676**	.541**	.652**	.586**	.661**	.593**	.710**	.677**	.596**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

LAMPIRAN 13. Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan (X2)

		Correlations														
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	x2		
X2.1	Pearson Correlation	1	.390**	.417**	.381**	.407**	.134	.022	.031	.467**	.324**	.268**	.062	.534**		
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.192	.832	.762	.000	.001	.008	.547	.000		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96		
X2.2	Pearson Correlation	.390**	1	.568**	.318**	.207*	.486**	.440**	.176	.236*	.324**	.263**	.149	.619**		
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.043	.000	.000	.085	.021	.001	.010	.148	.000		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96		
X2.3	Pearson Correlation	.417**	.568**	1	.570**	.284**	.518**	.420**	.138	.253*	.432**	.533**	.354**	.742**		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.005	.000	.000	.179	.013	.000	.000	.000	.000		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96		
X2.4	Pearson Correlation	.381**	.318**	.570**	1	.425**	.445**	.270**	.312**	.416**	.294**	.482**	.380**	.707**		
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000		.000	.000	.008	.002	.000	.004	.000	.000	.000		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96		
X2.5	Pearson Correlation	.407**	.207*	.284**	.425**	1	.242*	.233*	.165	.435**	.181	.220*	.278**	.535**		
	Sig. (2-tailed)	.000	.043	.005	.000		.017	.022	.109	.000	.078	.031	.006	.000		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96		
X2.6	Pearson Correlation	.134	.486**	.518**	.445**	.242*	1	.505**	.301**	.392**	.477**	.498**	.373**	.714**		
	Sig. (2-tailed)	.192	.000	.000	.000	.017		.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96		
X2.7	Pearson Correlation	.022	.440**	.420**	.270**	.233*	.505**	1	.425**	.288**	.311**	.446**	.327**	.607**		
	Sig. (2-tailed)	.832	.000	.000	.008	.022	.000		.000	.005	.002	.000	.001	.000		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96		
X2.8	Pearson Correlation	.031	.176	.138	.312**	.165	.301**	.425**	1	.365**	.165	.443**	.409**	.494**		
	Sig. (2-tailed)															
	N															

	Sig. (2-tailed)	.762	.085	.179	.002	.109	.003	.000		.000	.108	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.9	Pearson Correlation	.467**	.236*	.253*	.416**	.435**	.392**	.288**	.365**	1	.243*	.478**	.283**	.630**
	Sig. (2-tailed)	.000	.021	.013	.000	.000	.000	.005	.000		.017	.000	.005	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.10	Pearson Correlation	.324**	.324**	.432**	.294**	.181	.477**	.311**	.165	.243*	1	.505**	.429**	.630**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.004	.078	.000	.002	.108	.017		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.11	Pearson Correlation	.268**	.263**	.533**	.482**	.220*	.498**	.446**	.443**	.478**	.505**	1	.576**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.008	.010	.000	.000	.031	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.12	Pearson Correlation	.062	.149	.354**	.380**	.278**	.373**	.327**	.409**	.283**	.429**	.576**	1	.594**
	Sig. (2-tailed)	.547	.148	.000	.000	.006	.000	.001	.000	.005	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
x2	Pearson Correlation	.534**	.619**	.742**	.707**	.535**	.714**	.607**	.494**	.630**	.630**	.750**	.594**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

LAMPIRAN 14. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X3)

Correlations											
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	x3
X3.1	Pearson Correlation	1	.377**	.436**	.302**	.479**	.319**	.413**	.532**	.332**	.703**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.000	.002	.000	.000	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3.2	Pearson Correlation	.377**	1	.330**	.318**	.390**	.487**	.450**	.249*	.216*	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.002	.000	.000	.000	.015	.034	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3.3	Pearson Correlation	.436**	.330**	1	.361**	.309**	.340**	.491**	.434**	.193	.645**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.002	.001	.000	.000	.060	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3.4	Pearson Correlation	.302**	.318**	.361**	1	.224*	.356**	.462**	.310**	.550**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.003	.002	.000		.028	.000	.000	.002	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3.5	Pearson Correlation	.479**	.390**	.309**	.224*	1	.327**	.372**	.291**	.182	.592**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.028		.001	.000	.004	.076	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3.6	Pearson Correlation	.319**	.487**	.340**	.356**	.327**	1	.404**	.379**	.385**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.001	.000	.001		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3.7	Pearson Correlation	.413**	.450**	.491**	.462**	.372**	.404**	1	.492**	.364**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3.8	Pearson Correlation	.532**	.249*	.434**	.310**	.291**	.379**	.492**	1	.419**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000	.015	.000	.002	.004	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3.9	Pearson Correlation	.332**	.216*	.193	.550**	.182	.385**	.364**	.419**	1	.612**
	Sig. (2-tailed)	.001	.034	.060	.000	.076	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
x3	Pearson Correlation	.703**	.654**	.645**	.657**	.592**	.667**	.754**	.675**	.612**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

LAMPIRAN 15. Hasil Uji Validitas Variabel Minat (Y)

		Correlations												
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	y
Y.1	Pearson Correlation	1	.427**	.173	.250*	.318**	.315**	.518**	.316**	.176	.352**	.265**	.070	.622**
	Sig. (2-tailed)		.000	.092	.014	.002	.002	.000	.002	.085	.000	.009	.495	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.2	Pearson Correlation	.427**	1	.281**	.192	.250*	.301**	.315**	.216*	.235*	.112	.281**	.247*	.573**
	Sig. (2-tailed)	.000		.005	.061	.014	.003	.002	.035	.021	.275	.006	.015	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.3	Pearson Correlation	.173	.281**	1	.147	.167	.322**	.172	.131	.295**	.102	.126	.261*	.459**
	Sig. (2-tailed)	.092	.005		.154	.103	.001	.094	.202	.004	.323	.222	.010	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.4	Pearson Correlation	.250*	.192	.147	1	.261*	.067	.441**	.221*	.365**	.542**	.094	.245*	.578**
	Sig. (2-tailed)	.014	.061	.154		.010	.517	.000	.031	.000	.000	.361	.016	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.5	Pearson Correlation	.318**	.250*	.167	.261*	1	.345**	.312**	.250*	.427**	.208*	.314**	.107	.587**
	Sig. (2-tailed)	.002	.014	.103	.010		.001	.002	.014	.000	.042	.002	.302	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.6	Pearson Correlation	.315**	.301**	.322**	.067	.345**	1	.379**	.342**	.367**	.157	.148	.192	.580**
	Sig. (2-tailed)	.002	.003	.001	.517	.001		.000	.001	.000	.126	.151	.061	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.7	Pearson Correlation	.518**	.315**	.172	.441**	.312**	.379**	1	.235*	.299**	.430**	.155	.179	.663**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.094	.000	.002	.000		.021	.003	.000	.133	.080	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.8	Pearson Correlation	.316**	.216*	.131	.221*	.250*	.342**	.235*	1	.222*	.196	.204*	.282**	.525**
	Sig. (2-tailed)													
	N													
	Sig. (2-tailed)	.002	.035	.202	.031	.014	.001	.021		.030	.056	.046	.005	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
	Y.9	Pearson Correlation	.176	.235*	.295**	.365**	.427**	.367**	.299**	.222*	1	.369**	.215*	.292**
Sig. (2-tailed)		.085	.021	.004	.000	.000	.000	.003	.030		.000	.035	.004	.000
N		96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.10	Pearson Correlation	.352**	.112	.102	.542**	.208*	.157	.430**	.196	.369**	1	.220*	.155	.580**
	Sig. (2-tailed)	.000	.275	.323	.000	.042	.126	.000	.056	.000		.031	.131	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.11	Pearson Correlation	.265**	.281**	.126	.094	.314**	.148	.155	.204*	.215*	.220*	1	.326**	.489**
	Sig. (2-tailed)	.009	.006	.222	.361	.002	.151	.133	.046	.035	.031		.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.12	Pearson Correlation	.070	.247*	.261*	.245*	.107	.192	.179	.282**	.292**	.155	.326**	1	.477**
	Sig. (2-tailed)	.495	.015	.010	.016	.302	.061	.080	.005	.004	.131	.001		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
y	Pearson Correlation	.622**	.573**	.459**	.578**	.587**	.580**	.663**	.525**	.631**	.580**	.489**	.477**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

LAMPIRAN 16. Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan (Z)

		Correlations						
		M.1	M.2	M.3	M.4	M.5	M.6	m
M.1	Pearson Correlation	1	.199	.388**	-.109	.287**	.191	.634**
	Sig. (2-tailed)		.052	.000	.290	.005	.062	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
M.2	Pearson Correlation	.199	1	.043	.243*	.259*	.238*	.543**
	Sig. (2-tailed)	.052		.680	.017	.011	.020	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
M.3	Pearson Correlation	.388**	.043	1	.036	.147	.296**	.602**
	Sig. (2-tailed)	.000	.680		.726	.154	.003	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
M.4	Pearson Correlation	-.109	.243*	.036	1	.207*	.248*	.392**
	Sig. (2-tailed)	.290	.017	.726		.043	.015	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
M.5	Pearson Correlation	.287**	.259*	.147	.207*	1	.459**	.629**
	Sig. (2-tailed)	.005	.011	.154	.043		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
M.6	Pearson Correlation	.191	.238*	.296**	.248*	.459**	1	.677**
	Sig. (2-tailed)	.062	.020	.003	.015	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
m	Pearson Correlation	.634**	.543**	.602**	.392**	.629**	.677**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

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

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

LAMPIRAN 17. Hasil Uji Reabilitas Variabel Kemanfaatan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	15

LAMPIRAN 18. Hasil Uji Reabilitas Variabel Kemampuan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	12

LAMPIRAN 19. Hasil Uji Reabilitas Variabel Kepercayaan (X3)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	9

LAMPIRAN 20. Hasil Uji Reabilitas Variabel Minat (Y)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	12

LAMPIRAN 21. Hasil Uji Reabilitas Variabel Pendapatan (Z)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.703	6

LAMPIRAN 22. Hasil Uji Normalitas**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.47963846
Most Extreme Differences	Absolute	.066

	Positive	.043
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

LAMPIRAN 23. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.623	3.342		2.580	.011		
	x1	-.103	.086	-.159	-1.193	.236	.283	3.533
	x2	.241	.117	.285	2.060	.042	.263	3.809
	x3	.544	.142	.493	3.846	.000	.305	3.284
	m	.493	.173	.228	2.849	.005	.781	1.281

a. Dependent Variable: y

LAMPIRAN 24. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.132	1.946		.582	.562
	x1	-.071	.050	-.275	-1.418	.160

	x2	.042	.068	.126	.623	.535
	x3	.059	.082	.135	.722	.472
	m	.085	.101	.098	.841	.402

a. Dependent Variable: AbsRes

LAMPIRAN 25. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	15.119	2.536	
	x1	-.053	.088	-.081
	x2	.246	.122	.290
	x3	.577	.146	.523

LAMPIRAN 26. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.119	2.536		5.963	.000
	x1	-.053	.088	-.081	-.601	.549
	x2	.246	.122	.290	2.024	.046
	x3	.577	.146	.523	3.940	.000

a. Dependent Variable: y

LAMPIRAN 27. Hasil Uji f**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1271.795	3	423.932	31.131	.000 ^b
	Residual	1252.830	92	13.618		
	Total	2524.625	95			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

LAMPIRAN 28. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.710 ^a	.504	.488	3.69022

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

LAMPIRAN 29. Hasil Uji MRA I**Variables Entered/Removed^a**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x1m, m, x1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.633 ^a	.401	.381	4.05575

a. Predictors: (Constant), x1m, m, x1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1011.306	3	337.102	20.494	.000 ^b
	Residual	1513.319	92	16.449		
	Total	2524.625	95			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x1m, m, x1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	43.387	15.460		2.806	.006
	x1	-.365	.327	-.561	-1.114	.268
	m	-.916	.774	-.424	-1.183	.240
	x1m	.032	.016	1.465	2.012	.047

a. Dependent Variable: y

LAMPIRAN 30. Hasil Uji MRA II

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x2m, m, x2 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.520	.504	3.63112

a. Predictors: (Constant), x2m, m, x2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1311.605	3	437.202	33.159	.000 ^b
	Residual	1213.020	92	13.185		
	Total	2524.625	95			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2m, m, x2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	63.002	17.569		3.586	.001
	x2	-.954	.465	-1.125	-2.050	.043
	m	-2.012	.852	-.931	-2.362	.020
	x2m	.068	.022	2.416	3.070	.003

a. Dependent Variable: y

LAMPIRAN 31. Hasil Uji MRA III

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x3m, m, x3 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	.581	.567	3.39093

a. Predictors: (Constant), x3m, m, x3

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1466.773	3	488.924	42.521	.000 ^b
	Residual	1057.852	92	11.498		
	Total	2524.625	95			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3m, m, x3

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	52.360	12.404		4.221	.000
	x3	-.835	.427	-.756	-1.955	.054

m	-1.670	.625	-.773	-2.671	.009
x3m	.075	.021	2.004	3.571	.001

a. Dependent Variable: y

LAMPIRAN 32. Uji R²

Tabel r untuk df = 51 - 100					
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

LAMPIRAN 33. Uji t

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 -120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

LAMPIRAN 34. Uji f

Bora Alviolosa, S.E., M.Si. | Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05

df untuk penyebut (N ₂)	df untuk pembilang (N ₁)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.05	3.10	3.20	3.47	3.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.04	3.10	3.20	3.47	3.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.04	3.09	3.20	3.47	3.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.04	3.09	3.20	3.47	3.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.04	3.09	3.20	3.47	3.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.04	3.09	3.20	3.47	3.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.04	3.09	3.20	3.47	3.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.04	3.09	3.20	3.46	3.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.04	3.09	3.20	3.46	3.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.04	3.09	3.20	3.46	3.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.04	3.09	3.19	3.46	3.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.03	3.09	3.19	3.46	3.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.03	3.08	3.19	3.46	3.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.03	3.08	3.19	3.46	3.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.03	3.08	3.19	3.46	3.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.03	3.08	3.19	3.46	3.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.03	3.08	3.19	3.46	3.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.03	3.08	3.19	3.46	3.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.03	3.08	3.19	3.45	3.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.03	3.08	3.19	3.45	3.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.03	3.08	3.19	3.45	3.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.03	3.08	3.19	3.45	3.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.03	3.08	3.18	3.45	3.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.02	3.08	3.18	3.45	3.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.02	3.08	3.18	3.45	3.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.02	3.07	3.18	3.45	3.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.02	3.07	3.18	3.45	3.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.02	3.07	3.18	3.45	3.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.02	3.07	3.18	3.45	3.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.02	3.07	3.18	3.45	3.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.02	3.07	3.18	3.45	3.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.02	3.07	3.18	3.45	3.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.02	3.07	3.18	3.45	3.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.02	3.07	3.18	3.44	3.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.02	3.07	3.18	3.44	3.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.02	3.07	3.18	3.44	3.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.02	3.07	3.18	3.44	3.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.02	3.07	3.18	3.44	3.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.01	3.07	3.17	3.44	3.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.01	3.07	3.17	3.44	3.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.01	3.07	3.17	3.44	3.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.01	3.06	3.17	3.44	3.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.01	3.06	3.17	3.44	3.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.01	3.06	3.17	3.44	3.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.01	3.06	3.17	3.44	3.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74



PEMERINTAH KABUPATEN LUWU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Alamat : Jln. Jend. Sudirman, Kelurahan Senga, Kecamatan Belopa, Kab. Luwu Telpn : (0471) 3314115

Nomor : 0158/PENELITIAN/05.11/DPMTSP/IV/2025
Lamp : -
Sifat : Biasa
Perihal : Izin Penelitian

Kepada
Yth. Terlampir
di -
Tempat

Berdasarkan Surat Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo : B 105.a/In.19/FEBI/HM.01/04/2025 tanggal 24 April 2025 tentang permohonan Izin Penelitian.
Dengan ini disampaikan kepada saudara (i) bahwa yang tersebut di bawah ini :

Nama	: Hasrianti
Tempat/Tgl Lahir	: Padang Lambe / 10 Maret 2002
Nim	: 2004020080
Jurusan	: Perbankan Syariah
Alamat	: Dsn. Padang Lambe Desa Sumabu Kecamatan Bajo

Bermaksud akan mengadakan penelitian di daerah/instansi Saudara (i) dalam rangka penyusunan "Skripsi" dengan judul :

**PENGARUH TINGKAT KEMANFAATAN, KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BSI DENGAN PENDAPATAN
SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI PADA MASYARAKAT BELOPA)**

Yang akan dilaksanakan di **KELURAHAN TANAMANAI DAN KELURAHAN SENG**, pada tanggal **29 April 2025 s/d 29 Mei 2025**

Sehubungan hal tersebut di atas pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan sbb :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan harus melaporkan kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar copy hasil penelitian kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.
5. Surat Izin akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.



Diterbitkan di Kabupaten Luwu
Pada tanggal : 29 April 2025
Kepala Dinas



Drs. MUHAMMAD RUDI, M.Si
Pangkat : Pembina Utama Muda IV/c
NIP : 19740411 199302 1 002

Tembusan :

1. Bupati Luwu (sebagai Laporan) di Belopa;
2. Kepala Kesbangpol dan Linmas Kab. Luwu di Belopa;
3. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo;
4. Mahasiswa (i) Hasrianti ;
5. Arsip.

RIWAYAT HIDUP



Hasrianti, lahir di Padang Lambe pada tanggal 10 Maret 2002. Penulis merupakan anak ke 4 dari 6 bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Hasbi dan ibu bernama Sitti Ara. Saat ini penulis bertempat tinggal di Dusun Padang Lambe Desa Sumabu Kec. Bajo. Kab Luwu Sul-Sel. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2014 di SDN 628 Sumabu. Kemudian, menempuh pendidikan di SMP NEGERI 2 Kamanre diselesaikan pada tahun 2017. Pada tahun 2017 melanjutkan pendidikan di SMA NEGERI 5 Luwu diselesaikan pada tahun 2020. Setelah lulus SMA ditahun 2020 penulis melanjutkan pendidikan dibidang Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo

contact person penulis: 42064800358@uinpalopo.ac.id