

**PENGARUH PERSEPSI NASABAH TERHADAP MINAT  
MENGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING  
PADA BANK SYARIAH MANDIRI PALU**



**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E ) pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri IAIN Palu*

**Oleh**

**KHAERUNNISA**  
**NIM: 163150054**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU  
2020**

## HALAMAN PERSETUJUAN

skripsi yang berjudul “pengaruh persepsi nasabah terhadap minat menggunakan layanan mobile banking pada bank Mandiri Syariah palu” oleh Khaerunnisa NIM: 163150054, mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah untuk diujikan.

Palu, Agustus 2020M.  
Dzulhijah 1441H.

Pembimbing I

Pembimbing II

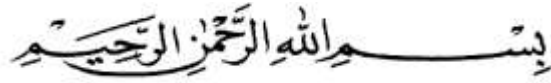
**Nurdin, S.Pd., S.Sos., M.Com., Ph.D**  
**M.Th.I**  
**NIP. 19690301 199903 1 005**

**Dr. Sitti Musyahidah,**  
**NIP.19670710 199903 2 005**

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu

**Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I**  
**NIP.19650505 199903 1 002**

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt. Karena berkat Rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw, keluarganya, para sahabatnya, hingga umatnya hingga akhir zaman, amin.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan judul penelitian “PENGARUH PERSEPSI NASABAH TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING PADA BANK SYARIAH MANDIRI PALU”.

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tua yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil yang senantiasa sabar mengajari arti kehidupan demi masa depan penulis, selalu membimbing dengan kasih sayangnya, yang senantiasa memberikan harapan, doa dan pengorbanannya serta dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah Swt. Selalu melimpahkan Rahmat, Kesehatan, Karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis. Aamiin.

Ucapan terima kasih disampaikan kepada semua yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan dukungan serta bantuan apa pun itu yang sangat besar

nilainya bagi penulis. Oleh karena itu dalam kesempatan ini dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Ayahanda Rahmat dan Ibunda Rahmini yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil yang senantiasa sabar mengajari arti kehidupan demi masa depan penulis, selalu membimbing dengan kasih sayangnya, yang senantiasa memberikan harapan, doa dan pengorbanannya serta dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sagaf S. Pettalongi, M.Pd selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu, Bapak Dr.H.Abidin M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr.H. Kamarudin M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Drs. H. Iskandar M.Sos.I selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di IAIN Palu
3. Bapak Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu beserta Bapak Nurdin, S.Pd., S.Sos., M.Com, Ph.D. selaku Wakil Dekan I dan Ibu Dr.Ermawati,M.Ag, selaku Wakil Dekan II yang telah banyak mengarahkan penulis dalam proses belajar.
4. Bapak Dr. Malkan,M.Ag, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah IAIN Palu, yang telah banyak mengorbankan waktu dan pikiran dalam mengarahkan dan memudahkan perencanaan awal hingga akhir penulisan pada skripsi ini.

5. Bapak Nurdin, S.Pd., S.Sos., M.Com, Ph.D, selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dr.Sitti Musyahidah, M.Th.I, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah mencurahkan ilmu, metodologi, penjelasan, pengarahan, memberikan tips dan bimbingan yang luar biasa sehingga penulisan karya ilmiah ini dapat rampung dan selesai.
6. Bapak Hamiyudin, M.H selaku Dosen Penasehat Akademik yang selama ini telah memotivasi, membimbing, dan memberikan segalanya dalam hal akademik, sehingga penulis dapat menyelesaikan semua program studinya dengan baik dan lancar.
7. Seluruh staf pengajaran dalam lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu khususnya Bapak dan Ibu Dosen, dengan tulus dan Ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat selama kuliah. Semoga Allah membalas kebaikan Bapak dan Ibu, amin.
8. Seluruh staf dan pegawai akademik yang telah memberikan kemudahan pelayanan kepada penulis selama kuliah sampai selesai kuliah.
9. Terima kasih banyak kepada Ibu Silvani selaku pimpinan cabang, para karyawan Bank Syariah mandiri Cabang Palu yang telah mengizinkan penulis dalam mendapatkan pencerahan dan pengenalan akan promosi yang dilakukan, fasilitas yang disediakan, dan pelayanan yang diberikan, sehingga judul yang terangkat mendapatkan sudut pandang yang jelas dan arah yang baik.
10. Teman-teman seperjuangan jurusan Perbankan Syariah angkatan 2016 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat

dan dukungan pada penulis. kepada seluruh nama-nama yang ikut andil dalam perjalanan hidup penyusun terutama dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak tertulis di sini, namun sama sekali tidak mengurangi rasa hormat dan terimah kasih, atas kebaikan dan keikhlasan kalian.

*Wassalamualaikum Warahmatulahi Wabarakatuh.*

**Palu,                    Agustus                    2020 M.**  
**Dzulhijah 1441 H.**

**Penulis**

**KHAERUNNISA**  
**Nim. 16.315.0050**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi saudari Khaerunnisa, NIM. 163150054 dengan judul “*Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Palu*” yang telah diujikan dihadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu pada tanggal 25 Agustus 2020 M, yang bertepatan dengan tanggal Dzulhijjah 1441 H, dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Perbankan Syariah dengan beberapa perbaikan.

Palu, Agustus 2020 M.  
Dzulhijjah

1441 H.

### DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Dr. Malkan, M.ag.	
Munaqisy I	Dr. Ermawati, M.Ag.	
Munaqisy II	Nur Syamsu, M.Si	
Pembimbing I	Nurdin, S.Pd., S.Sos., M.Com., Ph.D	
Pembimbing II	Dr. Sitti Musyahidah, M.Th.I	

### Mengetahui

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua  
Jurusan Perbankan Syariah

**Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I.**  
NIP.19650505 199903 1 002

**Dr.Malkan, M.Ag**  
NIP. 19681203 199703 1 001

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
A. Latar belakang masalah .....	1
B. Rumusan masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan penelitian.....	6
D. Garisi-Garis Besar Isi .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Terdahulu .....	8
1. Prilaku Konsumen .....	11
2. Kerangka Teori.....	13
3. Minat Nasabah dalam Konsep Syariah .....	17
4. Mobile Banking .....	19
5. Perbankan Syariah .....	25
B. Hipotesis.....	27
C. Kerangka Fikir .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	30
B. Populasi dan Sampel.....	32



C. Variabel Penelitian .....	34
D. Definisi Oprasional.....	35
E. Teknik Analisa Data .....	38
1. Uji Validitas .....	38
2. Uji Reliabilitas.....	39
3. Uji Asumsi Klasik.....	39
4. Uji Regresi Berganda .....	40
5. Uji Hipotesis.....	41
6. Uji Koefisien Determinasi.....	42

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

A. Hasil Penelitian .....	45
B. Deskripsi Kuisisioner dan Sampel penelitian .....	49
C. Pembahasan.....	74

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	80
B. Saran .....	82

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

#### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Tabel 4.1 Struktur Organisasi Bank Mandiri Syariah Palu

Tabel 4.2 Deskripsi Kuesioner

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen

Tabel 4.7 Hasil Uji Realibilitas Instrumen

Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Presepsi Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ )

Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Presepsi Daya Guna ( $X_2$ )

Tabel 4.10 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kenyamanan ( $X_3$ )

Tabel 4.11 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan ( $X_4$ )

Tabel 4.12 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Minat Nasabah (Y)

Tabel 4.13 *One Sample Kolmogrov-Smirnov Test*

Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Regresi Berganda

Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Berfiki

Gambar 4.1 Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas (Histogram)

Gambar 4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas

Gambar 4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik Heterokedastisitas

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Angket ( Kuesinoner)
- Lampiran 2 Data Responden
- Lampiran 3 Hasil Tabulasi Data
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 Tabel R
- Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Hasil Regresi Linear Berganda
- Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 10 Tabel F
- Lampiran 11 Tabel T
- Lampiran 12 Surat Izin Penelitian (dari kampus)
- Lampiran 13 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 14 Riwayat Hidup

## ABSTRAK

**Nama : Khaerunnisa**

**Nim : 163150054**

**Judul Skripsi : PENGARUH PRESEPSI NASABAH TERHADAP  
MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE  
BANGKING PADA BANK MANDIRI SYARIAH PALU**

---

Penelitian ini berjudul Pengaruh persepsi nasabah terhadap minat menggunakan layanan mobile banking pada bank Syariah Mandiri Palu. Penelitian tersebut dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang timbul atas dasar variabel-variabel tersebut. yaitu Persepsi kemudahan penggunaan, Persepsi daya guna, kenyamanan, dan kepercayaan. terhadap keadaan sebenarnya dalam melihat keinginan nasabah menggunakan layanan mobile banking di Bank Mandiri Syariah Palu.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan pembagian kuisioner. Sampel pada penelitian ini diambil dengan *accidenta sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. sebanyak 93 nasabah di Bank Mandiri Syariah Palu yang berjumlah 1.312 orang. Dalam melakukan proses data, penelitian ini menggunakan program SPSS 12.0 dan menggunakan analisis berganda.

Berdasarkan dari hasil penelitian dan hasil analisis data serta pembahasa hasil data disimpulkan bahwa Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai  $t_{hitung} 0,273 < t_{tabel} 1.662$  dengan nilai probabilitas  $0,786 > 0,05$ . Persepsi daya guna berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai  $t_{hitung} 1.794 > t_{tabel} 1.662$  dengan nilai probabilitas  $0,076 > 0,05$ . Kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai  $t_{hitung} 4.200 > t_{tabel} 1.662$  dengan nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$ . Kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai  $t_{hitung} 1.186 > t_{tabel} 1.662$  dengan nilai probabilitas  $0,239 > 0,05$ .

Ekonomi Islam hadir memberikan manfaat baik dalam melaksanakan promosi, memberikan fasilitas dan menyediakan pelayanan yang berkualitas dengan melaksanakan prinsip-prinsip sesuai syariat islam. Selain itu ekonomi islam juga mengajarkan betapa pentingnya untuk memudahkan sesuatu. Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, dan bahwasanya usaha itu kelak akan di perlihat kepada-Nya.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### ***A. Latar Belakang Masalah***

Pada era globalisasi ini Indonesia telah mengalami perkembangan ekonomi dan teknologi yang pesat. Teknologi informasi sudah merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting, bahkan sebagai tuntutan yang mendesak bagi setiap orang untuk menyelesaikan semua permasalahan dengan cepat serta meringankan semua pekerjaannya. Seiring dengan situasi seperti ini, perkembangan teknologi informasi terutama peranan komputer mendapatkan perhatian yang sangat serius. Teknologi informasi ini memberi dampak luar biasa dalam dunia perbankan saat ini. Akhir-akhir ini banyak sekali perubahan pada teknologi informasi, demikian juga di bidang telekomunikasi, kebanyakan disebabkan karena adanya desakan dan dahsyatnya kompetisi di dunia perbankan saat ini.

Perkembangan teknologi informasi menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru dimana transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara elektronika. Berkaitan dengan perkembangan teknologi informasi tersebut memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan transaksi perbankan. Perkembangan internet memang cepat dan memberi pengaruh signifikan dalam aspek kehidupan.<sup>1</sup> Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media.

---

<sup>1</sup> Maya angela silvi *faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan internet banking pada PT.Bank BRI Makassar*, repository.unhas.ac.id (diakses pada tanggal 18 oktober 2019)

Selain itu handphone seluler, tablet, IPAD, juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perbankan.

Selama beberapa tahun terakhir ini, bank komersial telah memperkenalkan sistem perbankan berbasis internet untuk meningkatkan operasional dan mengurangi biaya. Mobile banking merupakan salah satu produk jasa yang mulai banyak ditawarkan oleh bank-bank komersial di Indonesia. Oleh karena itu alasan kemudahan kegunaannya, mulai banyak nasabah bank di Indonesia menggunakan fasilitas Mobile banking dalam transaksi perbankan. Mobile banking atau yang lebih dikenal M-Banking yang merupakan bentuk layanan perbankan secara elektronik melalui media M-Banking pada dasarnya merupakan suatu kontrak transaksi antara pihak bank dan nasabah yang memberikan manfaat yang berganda dengan menggunakan media aplikasi. Transaksi perbankan dapat dilakukan kapan dan dimana saja tanpa dibatasi tempat dan waktu. Dengan adanya mobile banking, nasabah suatu bank akan lebih mudah untuk melakukan kegiatan perbankan, karena para nasabah dapat mengakses layanan yang diinginkan oleh nasabah tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan.

Technology Acceptance Model (TAM) adalah teknologi informasi yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis yang mengemukakan bahwa *Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Daya Guna* adalah variabel utama dalam menggunakan teknologi informasi (*mobile banking*)<sup>2</sup>. *Persepsi Kemudahan Penggunaan*, merupakan salah satu faktor penting bagi pengguna untuk

---

<sup>2</sup> Ikbal Wibiadilah, *Pengaruh Keuangan, Kemudahan, Resiko dan kualitas layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan Mobile banking pada PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Solo*, Skripsi, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2016). hl 7

bertransaksi menggunakan mobile banking dengan fleksibilitas waktu dan tempat, karena dapat dilakukan kapan dan dimana saja. Selain itu mobile banking dapat diakses dengan mudah dan tidak mengalami kesulitan dalam bertransaksi.

Dooney dan Cannon berpendapat dimana Kepercayaan muncul ketika adanya keyakinan dari pihak konsumen yaitu pelanggan pada reliabilitas dan integritas dari rekan pertukaran. Kepercayaan disini adalah kepercayaan nasabah pada penyelenggara transaksi elektronik perbankan, serta kepercayaan pada mekanisme operasional dari transaksi yang dilakukan. Kepercayaan, merupakan hal yang harus dipertimbangkan dalam mengambil keputusan apabila akan menggunakan layanan internet banking terkhusus mobile banking, bahwa sistem mobile banking mudah digunakan, cepat dalam bertransaksi, aman, dan tidak merugikan.

Fasilitas mobile banking dapat menjawab tuntutan nasabah yang menginginkan layanan cepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat serta dapat diakses darimana saja, cukup menggunakan telepon seluler. Meskipun banyak keuntungan yang didapat oleh nasabah, namun pada kenyataannya layanan ini jarang digunakan oleh nasabah dan cenderung kurang diminati. Nasabah lebih senang dalam melakukan transaksi via ATM atau dengan antri di bank.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) BSM Yogyakarta, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Volume V, No 2 Desember 2015



Salah satu bank yang menawarkan jasa *mobile banking* adalah PT Bank Mandiri Syariah. Dengan terobosan-terobosan baru harus dirancang agar dapat terus berkembang dan bersaing, atau paling tidak mempertahankan eksistensi.<sup>4</sup>

PT Bank Mandiri Syariah (Persero), Tbk sebagai salah satu institusi perbankan sangat menyadari bahwa pelayanan kepada nasabah harus pula dengan menyesuaikan pada kemajuan teknologi, artinya dengan bersentuhan pada teknologi maka PT Bank Mandiri Syariah (Persero), Tbk akan tetap dapat bersaing. Oleh karena itu, PT Mandiri Syariah (Persero), Tbk meluncurkan layanan *mobile banking*. PT Bank Mandiri Syariah mencatat nasabah yang menggunakan layanan *m-banking* transaksi digital naik 18,31 persen dari periode tahun sebelumnya. Hal itu mendongkrak pendapatan berbasis komisi (*fee based income*) perseroan. Kinerja *m-banking* BSM yang terus meningkat dapat dilihat dari peningkatan jumlah pengguna, jumlah transaksi, dan volume transaksi pada ATM, *SMS Banking* dan *Internet Banking Mobile Banking* BSM dari pengguna dan jumlah Transaksi di atas didapat dari penggunaan terdaftar dari *electronic channel* BSM yakni ATM, mobile banking, dan net-banking BSM yang berjumlah sekitar 4 juta per Juli 2019. tidak hanya *user*, transaksi melalui *e-banking* BSM semakin digemari nasabah.<sup>5</sup> Salah satu pengguna mobile banking yang sempat diwawancarai oleh peneliti saat melakukan observasi awal atas nama Ibu Merlin. adapun hasil dari wawancara tersebut disimpulkan, adanya layanan mobile banking sangat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan kapanpun dan dimanapun dengan

---

<sup>4</sup>Maya,angela silvi *faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan internet banking pada PT.Bank BRI Makassar*, repository.unhas.ac.id (diakses pada tanggal 18 oktober 2019)

<sup>5</sup> Sumber:<http://finansial.bisnis.com>

menggunakan telpon seluler. Dapat dilihat perkembangannya yang terjadi dari tahun ketahun mengalami peningkatan pada minat nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking. Tingginya penggunaan Mobile banking oleh nasabah BSM ini menarik untuk dilakukan suatu penelitian untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Hal ini penting karena hasil penelitian ini dapat memberikan petunjuk bagi industri perbankan, yaitu bank BSM untuk dapat merumuskan strategi pemasaran mereka guna menjaga konsistensi.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "*Pengaruh persepsi Nasabah Terhadap Minat Menggunakan layanan mobile Banking Pada PT. Bank Syariah Mandiri (Persero), Tbk. Kantor Cabang Palu* "

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasar latar belakang yang dikemukakan. Maka masalah pokok dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah variabel *Persepsi Kemudahan Penggunaan* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*?
2. Apakah variabel *persepsi Daya Guna* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*?
3. Apakah variabel *Kenyamanan* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*?
4. Apakah variabel *kepercayaan* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*?

5. Apakah variabel *presepsi kemudahan penggunaan*, *presepsi Daya Guna*, *Kenyamanan*, dan *Kepercayaan* berpengaruh secara simultan terhadap Minant Nasabah?

### **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### 1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *Persepsi Kemudahan Penggunaan*, *Persepsi Daya Guna*, *Kenyamanan*, dan *Kepercayaan* berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.
- b. Untuk mengetahui variabel mana yang dominan berpengaruh terhadap nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

#### 2. Kegunaan Penelitian

- a. Bagi pihak bank, khususnya PT. Bank Mandiri Syariah (Persero) Tbk. Cabang Palu diharapkan dapat dijadikan bahan masukan agar dapat meningkatkan minat nasabah.
- b. Bagi perguruan tinggi, diharapkan dapat menambah informasi dan perbendaharaan kepustakaan Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Agama Islam Negri Palu (IAIN PALU)
- c. Bagi peneliti, untuk menambah pengetahuan, dan pengalaman dalam serta referensi bagi rekan mahasiswa yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut .

#### **D. Garis-garis Besar isi**

Untuk memberikan gambaran tentang pembahasan yang lebih rinci dan sistematis, maka pembahasan dapat dibagi atas :

Bab I terdiri dari Latar Belakang Masalah, rumusan masalah, Tujuan dan kegunaan Penelitian, manfaat penelitian, dan garis-garis besar isi

Bab II adalah bab kajian pustaka yang menjelaskan penelitian terdahulu, kajian teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis dari penelitian

Bab III adalah desain dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data

Bab IV adalah bab yang menguraikan gambaran umum baik subjek maupun objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan mengenai faktor yang mempengaruhi Persepsi kemudahan penggunaan, Persepsi daya guna, Kenyamanan, Kepercayaan terhadap Minat Nasabah menggunakan layanan mobile banking pada Bank Syariah Mandiri Palu.

Bab V adalah kesimpulan dan Saran dari Penelitian ini.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### *A. Penelitian terdahulu*

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya yang diuji hasil kebenarannya berdasarkan metode penelitian yang digunakan. Pada pembahasan mengenai penelitian ini, disajikan secara ringkas beberapa penelitian sebelumnya kemudahan penggunaan, daya guna, kenyamanan, dan kepercayaan penggunaan internet banking. Adapun penelitian terdahulu sebagai berikut :

**Tabel 2.1**

No	Peneliti	Hasil Penelitian
1	Evani khoirunnisa	Judul Penelitian : “Pengaruh E -banking, Kepercayaan (TRUST), dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalita Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta” <sup>6</sup> - Metode Penelitian :Kuantitatif - Hasil Penelitian : menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah pada perusahaan tersebut. -Persamaan :

---

<sup>6</sup> Evani Khoirunnisa *Pengaruh Penggunaan e-Banking, Kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah bank BNI Syariah Cabang surakarta*, repository.unhas.ac.id (diakses pada tanggal 18 oktober 2019 )

		<p>1. Teknik pengumpulan data</p> <p>2. Fokus penelitian tentang kepercayaan (TURST)</p> <p>-Perbedaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi penelitian</li> <li>2. waktu penelitian</li> <li>3. faktor penggunaan E-banking berbeda, dimana peneliti lebih fokus terhadap faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan layanan mobile Banking pada Bank Mandiri Syariah KC Palu</li> </ol>
2	Nisa Ayu Purwati	<p>-Judul penelitian :</p> <p>“Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam penggunaan mobile banking Bank Syariah”<sup>7</sup> (Pada Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh)</p> <p>- Metode penelitian: kuantitatif</p> <p>- Hasil penelitian :</p> <p>Dari hasil penelitian ini mengenai analisis faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam penggunaan mobile banking. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda menunjukkan sebagian besar hipotesis diterima, yaitu hipotesis pertama, ketiga, dan keempat, hipotesis kelima dan keenam. sementara hipotesis kedua gagal diterima.</p> <p>- Persamaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teknik pengumpulan data</li> </ol>

---

<sup>7</sup> Nisaayu purwati *Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam penggunaan mobile banking bank mandiri syariah KCP banda aceh*, repository.unhas.ac.id (diakses pada tanggal 18 oktober 2019)

		<p>2. Persamaan dalam hal yang memengaruhi minat nasabah</p> <p>- Perbedaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi penelitian</li> <li>2. waktu penelitian</li> <li>3. fokus penelitian dalam faktor yang mempengaruhi nasabah dalam penggunaan layanan internet banking</li> </ol>
3	Aisiyah Amanah	<p>- judul penelitian :</p> <p>“ Faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan internet banking (Studi pada nasabah bank syariah mandiri Yogyakarta)”</p> <p>- hasil penelitian :</p> <p>Hasil penelitian ini sebagai berikut : Hasil penelitian yang didapat dari Semua pertanyaan sudah di uji dan dinyatakan valid serta reliabel, alat yang digunakan regresi linier berganda. Hasil uji F menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, risiko, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan internet banking. Sedangkan uji T menunjukkan bahwa variabel risiko tidak berpengaruh secara parsial. Variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah adalah persepsi kemudahan sebesar 2,383 dan kepercayaan sebesar 4,079. Sedangkan variabel yang tidak berpengaruh adalah risiko sebesar -1,186. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) Nilainya 40,8% dan sisanya 59,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang mungkin bisa memberi</p>

		<p>pengaruh yang lebih besar terhadap minat.          Misalnya manfaat.<sup>8</sup></p> <p>- Persamaan :</p> <p>1. Fokus penelitian yang sama, Yakni faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah.</p> <p>- Perbedaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teknik pengumpulan data</li> <li>2. lokasi penelitian</li> <li>3. Waktu penelitian</li> </ol>
--	--	--

Dari penelitian terdahulu diatas dapat dilihat persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dan penelitian terdahulu. Namun pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membandingkan apa saja hal-hal yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan perbankan lainnya.

## ***B. Kajian Teori***

### **1. Perilaku Konsumen**

#### a. Pengertian Perilaku Konsumen

Gerald Zaldman dan Melanie Wallendorf menjelaskan bahwa :

*“Consumer behavior are acts, process and social relationship exhibited by individuals, groups and organizations in the obtainment, use of, and consequent experience with products, services and other resources”*

(Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan

---

<sup>8</sup> Aiisyiah Amanah, *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan internet banking (Studi pada nasabah bank syariah mandiri Yogyakarta. Skripsi S1.th.2014.h.29*



suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan, dan sumber-sumber lainnya).

#### b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Kosumen

Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan pribadi, dan Psikologis Kotler dan Keller sebagai berikut:

##### 1). Faktor Budaya

Budaya (*culture*) adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang. Kelas budaya, subbudaya, dan sosial sangat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

##### 2). Faktor Sosial

Selain faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status mempengaruhi perilaku pembelian.

##### 3). Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli; pekerjaan dan keadaan ekonomi; kepribadian dan konsep diri; serta gaya hidup dan nilai.

##### 4). Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang yang juga dipengaruhi oleh empat faktor psikologis yang utama, yaitu motivasi, persepsi, belajar, serta kepercayaan dan sikap.<sup>9</sup>

#### c. Pengertian Persepsi

---

<sup>9</sup>Maya, Angela Silvi *skripsi faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan internet banking pada PT. Bank BRI Makassar*, repository.unhas.ac.id (diakses pada tanggal 18 oktober 2019)

Pengertian Persepsi menurut Maramis ialah daya mengenal barang, kualitas atau hubungan, dan perbedaan. Antara hal ini melalui proses mengamati, mengetahui, atau mengartikan setelah panca inderanya mendapat rangsang.

## **2. kerangka teori**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan empat variabel sebagai kerangka teori yang diantaranya terdapat dipenjelasan sebagai berikut :

### **a) Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Menurut Davis pengertian *Persepsi Kemudahan Penggunaan*, didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan Teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya.<sup>10</sup> Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan TI dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai. Dalam TAM, faktor persepsi terhadap kemudahan untuk menggunakan teknologi dan persepsi terhadap daya guna sebuah teknologi berhubungan dengan sikap seseorang pada penggunaan teknologi tersebut. Sikap pada penggunaan sesuatu adalah sikap suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu produk. Sikap suka atau tidak suka terhadap suatu produk ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku niat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya.

---

<sup>10</sup> Davis, *perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, And User Acceptance Of Information Technology*. MS Quarterly (online) vol.3, pg 318.1989

Agama islam selalu meberikan keringanan bagi setiap muslim. Allah SWT brefirman dalam Q.S Al-baqarah (2) 185

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَاكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Terjemahnya:

*“Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur”.*<sup>11</sup>

Allah yang telah menciptakan manusia dan Allah pula lah yang paling mengetahui apa yang terbaik bagi hamba-Nya. Allah menciptakan manusia dengan sifat lemah dan rentan.

#### b. Presepsi Daya Guna

Persepsi pengguna terhadap daya guna/ kebermanfaatan yaitu tingkatan dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Davis mendefinisikan persepsi mengenai kegunaan ini berdasarkan definisi dari kata *useful* yaitu *capable of being used advantageously*, atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan.<sup>12</sup> Persepsi terhadap *daya guna* adalah manfaat yang diyakini individu dapat diperolehnya apabila menggunakan teknologi informasi.

Davis memberikan beberapa indikator kemanfaatan penggunaan sistem informasi yang meliputi :

<sup>11</sup> Depertemen Kementrian Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Penerbit Al-Qur'an Hilal, Bandung 2010.

<sup>12</sup> *Ibid*, h.320

- a. *Makes job easier* (Menjadi lebih mudah) Transaksi perbankan menjadi lebih mudah
- b. *Increase productivity* (Menambah produktifitas) dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja pengguna
- c. *Enhance effectiveness* (Mempertinggi efektifitas) dapat mempercepat waktu pengguna dalam penelusuran

b) Kenyamanan

Menurut Poon, *mobile banking* menyediakan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi yang mana memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapanpun dan di manapun.<sup>13</sup> Jika dibandingkan dengan transaksi perbankan tanpa menggunakan *mobile banking* misalnya dengan transaksi interpersonal, *internet banking* memberikan lebih banyak keuntungan dan kemudahan. Seperti misalnya, jika ingin membayar tagihan atau mentransfer uang, apabila melalui kantor cabang, maka nasabah harus mengantri lama untuk melakukan transaksi tersebut. Hal ini tentunya kurang memberikan kenyamanan bagi nasabah. Berbeda jika transaksi tersebut dilakukan dengan *mobile banking*. Jika menggunakan *mobile banking*, transaksi tersebut cukup dilakukan dengan mengakses aplikasi (dapat dilakukan dengan HP, Notebook, dll) kapanpun dan dimanapun nasabah berada. Tentunya hal ini akan lebih menghemat waktu nasabah, khususnya bagi nasabah yang sibuk.

Menurut Poon, terdapat beberapa konstruk yang merupakan indikator kenyamanan suatu sistem *mobile banking*, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>13</sup> W.C.Poon,,h 157

- a. Nasabah dapat mengakses *mobile banking* kapanpun dan di manapun. (*anytime and anywhere*)
  - b. Tidak terdapat antrian (*queue*)
  - c. Hemat waktu jika dibandingkan dengan cara konvensional (*convensional banking*) yang kemudian mereka akan berminat untuk menggunakannya di masa datang
- c) Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan sebagai kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikannya. Untuk dapat mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para nasabahnya, pihak bank perlu menganut konsep kepuasan pelanggan agar dapat bertahan hidup dalam era *e-banking*, pihak bank harus mempunyai pelanggan loyal yang percaya terhadap ekselensi jasa *online*. Seiring maraknya kejahatan internet seperti pembobolan akun faktor kepercayaan menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan *mobile banking* dalam transaksi perbankan.

Konsep kepercayaan ini berarti bahwa nasabah percaya terhadap keandalan pihak bank dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan akun nasabah. Keamanan berarti bahwa penggunaan itu aman, risiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan risiko pencurian rendah. Sedangkan kerahasiaan berarti bahwa segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya, tidak ada pihak ketiga yang dapat mengetahuinya. Dalam hal penggunaan *mobile banking*,

kebanyakan pengguna tidak memahami betul risiko keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*. Mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan, padahal pengguna tidak mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi perbankan. Terdapat beberapa indikator dalam variabel kepercayaan yaitu :

- a. Keandalan, artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada para nasabah dengan segera, akurat dan memuaskan
- b. Kepedulian, merupakan sikap empati yang tinggi yang dapat dirasakan pihak bank mampu memberikan solusi atau menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh nasabah
- c. Kredibilitas, artinya penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya.

### **3. Minat Nasabah dalam Konsep Syariah**

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Minat juga dapat diartikan sebagai keinginan. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa.

Dengan demikian, pengertian minat atau keinginan adalah “hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik, tetapi mempengaruhi keinginan manusia”. Dalam kamus

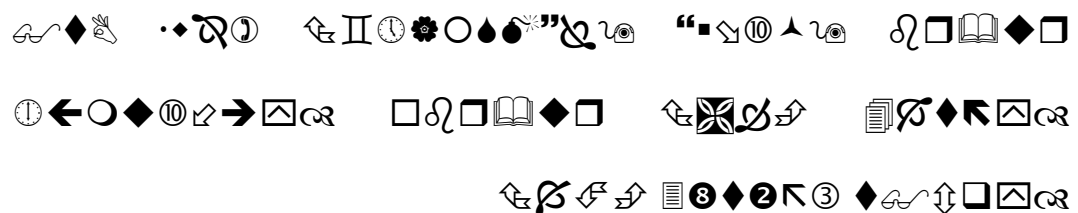
bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai “keinginan yang kuat kecenderungan hati yang sangat tinggi terhadap sesuatu”.

Menurut Bimo Walgito menyatakan bahwa minat adalah “suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membutuhkan lebih lanjut”.<sup>14</sup>

Minat merupakan keinginan individu untuk melakukan perilaku tertentu sebelum perilaku tersebut dilaksanakan. Adanya minat untuk melakukan suatu tindakan akan menentukan apakah kegiatan tersebut akhirnya akan dilakukan.

Kegiatan yang dilakukan inilah yang disebut dengan perilaku. Dengan demikian perilaku merupakan “niat/minat” yang sudah direalisasikan dalam bentuk tingkah laku yang tampak. Dalam teori tindakan beralasan diuraikan bahwa kehendak/minat dipengaruhi oleh sikap dan norma yang dihubungkan.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat An-Najm ayat 39-40:<sup>15</sup>



Terjemahannya :

Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, Dan bahwasanya usaha itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya).

#### 4. Mobile Banking

<sup>14</sup> Ramayulis, *Metodologi Pengajaran Agama Islam*, (Jakarta : Kalam Mulis, 2001).h 84

<sup>15</sup> QS. An-Najm [53]: 99-40

mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era moderen ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada mobile banking meliputi pembayaran,transfer,history,dan lain sebagainya.

Penggunaan mobile banking pada ponsel seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah dalam menjalankan aktivitas perbankanya 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.<sup>16</sup>

*Mobile Banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telpon seluler/Handphone GSM dengan menggunakan SMS. *Mobile Banking* adalah layanan perbankan melalui telpon seluler dengan menggunakan jaringan data yang digunakan oleh nasabah.<sup>17</sup>

Mobile banking merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati nasabah kerana layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan handphone.<sup>18</sup>

#### *a. Syarat dan ketentuan mobile Banking*

---

<sup>16</sup> Wahyu agus winarno, *Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptence Model (TAM) Apoarch Modifed)*, e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 2017, volume IV (1) : 24-29

<sup>17</sup> www.Syariahmandiri.co.id

<sup>18</sup> Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011).h 130



- 1). *mobile Banking* BSM adalah saluran distribusi BSM untuk mengakses rekening yang dimiliki Nasabah melalui jaringan internet dengan menggunakan perangkat lunak *browser* pada komputer.
- 2). Nasabah adalah perorangan pemilik rekening Tabungan BSM dalam mata uang rupiah berupa Tabungan.
- 3). Nasabah Pengguna adalah Nasabah yang telah terdaftar sebagai pengguna layanan *mobile Banking* BSM.
- 4). Kantor Cabang BSM/Kantor Cabang Pembantu BSM adalah semua Kantor Cabang BSM/Kantor Cabang Pembantu BSM di seluruh Indonesia, yang tidak terbatas pada Kantor Cabang BSM/Kantor Cabang Pembantu BSM asal (Pembuka Rekening Tabungan)
- 5). User ID adalah identitas yang dimiliki oleh setiap Nasabah Pengguna yang harus dicantumkan/diinput dalam setiap penggunaan layanan *mobile Banking* BSM.
- 6). Password *mobile Banking* BSM adalah kombinasi antara nomor dan huruf sebagai identifikasi pribadi yang bersifat rahasia dan hanya diketahui oleh Nasabah Pengguna yang harus dicantumkan/diinput oleh Nasabah Pengguna pada saat menggunakan layanan *mobile Banking* BSM. Bersama-sama dengan *User ID*, *Password*.
- 7). M-TOKEN adalah sarana pengamanan tambahan berupa SMS *alert* yang dikirimkan ke HP Nasabah Pengguna yang telah diregistrasikan untuk layanan *mobile Banking* BSM dan digunakan setiap kali nasabah melakukan transaksi Finansial.

- 8). Nomor (*code*) Aktivasi *mTOKEN* adalah kombinasi nomor sebanyak 6 (enam) *digit* yang dikirim oleh sistem registrasi *mobile banking* melalui SMS ke HP nasabah pengguna setelah ybs melakukan registrasi finansial melalui *Customer Service*.
- 9). Tanggal efektif adalah tanggal tertentu dimana suatu transaksi dilakukan dengan berdasarkan tanggal sistem yang ada BSM.

*b. Registrasi mobile Banking BSM*

- 1). Untuk menggunakan layanan *mobile Banking* BSM, nasabah harus melakukan Registrasi di ATM BSM dan Registrasi di Kantor Cabang BSM /Kantor Cabang Pembantu BSM.
- 2). Registrasi *mobile Banking* BRI di ATM BSM menggunakan kartu BSM untuk mendapatkan User ID dan password.
- 3). Registrasi di Kantor Cabang BSM/Kantor Cabang Pembantu BSM diperlukan agar nasabah dapat melakukan transaksi Finansial di *mobile Banking* BSM.
- 4). Nasabah harus mengisi dan menandatangani Formulir Aplikasi *mobile Banking* yang dapat diperoleh di Kantor Cabang BSM/Kantor Cabang Pembantu BSM dengan menunjukkan bukti asli identitas diri yang sah (KTP, SIM, Paspor,KIMS) dan bukti kepemilikan pemegang rekening.
- 5). Nasabah memiliki HP dan Nomor HP dari operator yang telah kerjasama dengan BSM (Telkomsel, Indosat, XL, Flexi, Esia dan Fren).
- 6). Nasabah harus memiliki alamat E-mail.
- 7). Telah membaca dan memahami Syarat dan Ketentuan Internet Banking BSM.

*c. Jenis Transaksi mobile Banking*

- 1) Transfer dana atau pemindahan dana

- a). Dua rekening di bank yang sama
  - b). Rekening di bank yang berbeda, misal rekening di bank A ke rekening di bank B
  - c). Dan lain-lain
- 2) Informasi
- a). Saldo
  - b). Transaksi
  - c). Dan lain-lain
- 3) Pembayaran
- a). Listrik
  - b). Handphone berbagai operator
  - c).Iuran TV Kabel
  - d). PBB
  - e). Kartu Kredit
  - f).Dan lain-lain
- 4) Pembelian
- a). Pulsa Telepon berbagai operator
  - b). Pulsa PLN Prabayar
  - c).Pulsa E'TOL
  - d). Dan lain-lain.<sup>19</sup>

#### *4. Produk - produk E- Banking*

---

<sup>19</sup>Wahyu Joko Saputra, coustamer service Mandiri Syariah Palu. Aplikasi mobile bangking.Palu. 1 November 2019

### 1) Internet Banking ( via internet/komputer).

Internet Banking merupakan salah satu pelayanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Jenis kegiatan internet banking dibedakan menjadi 3 (tiga), yaitu Informational Internet Banking, Communicative Internet Banking, dan Transactional Internet Banking. Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa, Internet Banking merupakan salah satu jasa layanan bank melalui jaringan internet yang memungkinkan nasabah untuk mendapatkan jasa dan layanan perbankan seperti memperoleh informasi dan melakukan transaksi perbankan.

### 2) Mobile Banking (via Handphone)

Mobile Banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon selular/handphone GSM (Global for Mobile Communication) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator selular. Untuk mendapatkan fasilitas ini, nasabah harus mengisi surat permohonan kepada bank dan mendaftarkan no. HP yang akan digunakan di samping password untuk keamanan bertransaksi.

### 3) SMS Banking (via SMS)

SMS Banking adalah layanan informasi perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon selular/handphone dengan menggunakan media SMS (short message service).<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Maya angela silvia, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk, Cabang Ahmad Yani Makassar, Universitas Hasanudin Makassar, Skripsi S1. th 2014. h. 17*

*i. Keamanan transaksi E-Banking*

- 1) PIN merupakan kode akses sehingga no pin merupakan kode rahasia pribadi,tidak boleh orang lain mengetahuinya.
- 2) Untuk *mobile banking*, User ID bersifat rahasia dan key token tidak dipinjamkan ke orang lain, serta mengakses situs bank yang benar.
- 3) Penggantian PIN secara berkala merupakan salah satu cara untuk meminimalkan risiko.
- 4) Sim Card Handphone harus dilindungi karena nomer telepon tersebut sudah terdaftar pada database komputer bank untuk dapat bertransaksi melalui phone banking. Apabila nomor handphone tersebut akann dijual atau dibuang, maka nasabah harus mengkonfirmasi nomor kepada pihak bank agar tidak terjadi kesalahan pada saat melakukan transaksi perbankan melalui handphone dan pihak bank akan mengonfirmasi nomor sim card terbaru nasabah untuk di daftarkan atau sim card tersebut harus di-unregistere.<sup>21</sup>

## **5. Perbankan Syariah**

### *a. Dasar Hukum*

Bahwa sejalan dengan tujuan pembangunan nasional indonesia untuk mencapai terciptanya masyarakat adil dan makmur berdasarkan demokrasi ekonomi,dilambangkan sistem ekonomi yang berlandaskan pada nilai prinsip syariah. Kebutuhan masyarakat indonesia akan jasa-jasa perbankan syariah

---

<sup>21</sup>Wahyu Joko Saputra, coustamer service Mandiri Syariah Palu. Wawancara.Palu. 1 November 2019

semakin meningkat. Bahwa perbankan syariah memiliki kekhususan dibandingkan dengan perbankan konvensional.<sup>22</sup>

Dari beberapa alasan tersebut maka Undang-Undang No 21 Tahun 2008 dibuat sebagai dasar hukum bagi perbankan syariah, perubahan atas Undang-Undang No 10 Tahun 1998, perubahan atas Undang-Undang No 7 Tahun 1992.

#### *b. Pengertian Bank Syariah*

Bank syari'ah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank islam adalah lembaga keuangan yang operasional dan produksinya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist Nabi SAW. Dengan kata lain bank islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalulintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syari'at islam.<sup>23</sup>

Bank syariah beroperasi atas dasar konsep bagi hasil. Bank syariah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun membebaskan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman karena bunga merupakan riaba yang diharamkan. Berbeda dengan bank non-syariah, bank syariah tidak membedakan secara tegas antara sektor mnetor dan sektor riil sehingga dalam kegiatan usahanya dapat melakukan transaksi-transaksi sektor riil, seperti jual beli dan sewa menyewa. Di samping itu, bank syariah juga menjalankan kegiatan usaha untuk memperoleh imbalan atas jasa perbankan lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah

---

<sup>22</sup> *Undang-Undang No 21 Tahun 2008*

<sup>23</sup> *Muhammad, Manajemen Dana Bank Syariah, Jakarta, Rajawali Pers, 2014.h.2*

Suatu transaksi sesuai dengan prinsip syariah apabila telah memenuhi seluruh syarat berikut ini:

- 1) Transaksi tidak mengandung unsur kedzaliman
- 2) Bukan riba
- 3) Tidak membahayakan pihak sendiri atau pihak lain
- 4) Tidak ada penipuan (gharar)
- 5) Tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan
- 6) Tidak mengandung unsur judi (maysir)

Jadi dalam operasional bank syariah perlu memperhatikan hal-hal yang memang telah diatur oleh syariah atau ajaran islam berkaitan dengan harta, uang jual beli, dan transaksi ekonomi lainnya.

#### *c. Prinsip-Prinsip dasar Operasional Bank Syariah*

Lembaga keuangan syariah didirikan dengan tujuan mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya kedalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis yang terkait. Adapun yang dimaksud dengan prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan dan keuangan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam menetapkan fatwa dibidang syariah. Prinsip syariah yang dianut oleh lembaga keuangan syariah dilandasi oleh nilai-nilai keadilan, kemanfaatan, keseimbangan, dan keuniversalan (*rahmatan lil'alam*).<sup>24</sup>

#### **C. Hipotesis**

---

<sup>24</sup> Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, Ed.Pertama.Jakarta, Kencana.2009. h.36

Berdasarkan latar belakang masalah, dan kerangka pikir yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

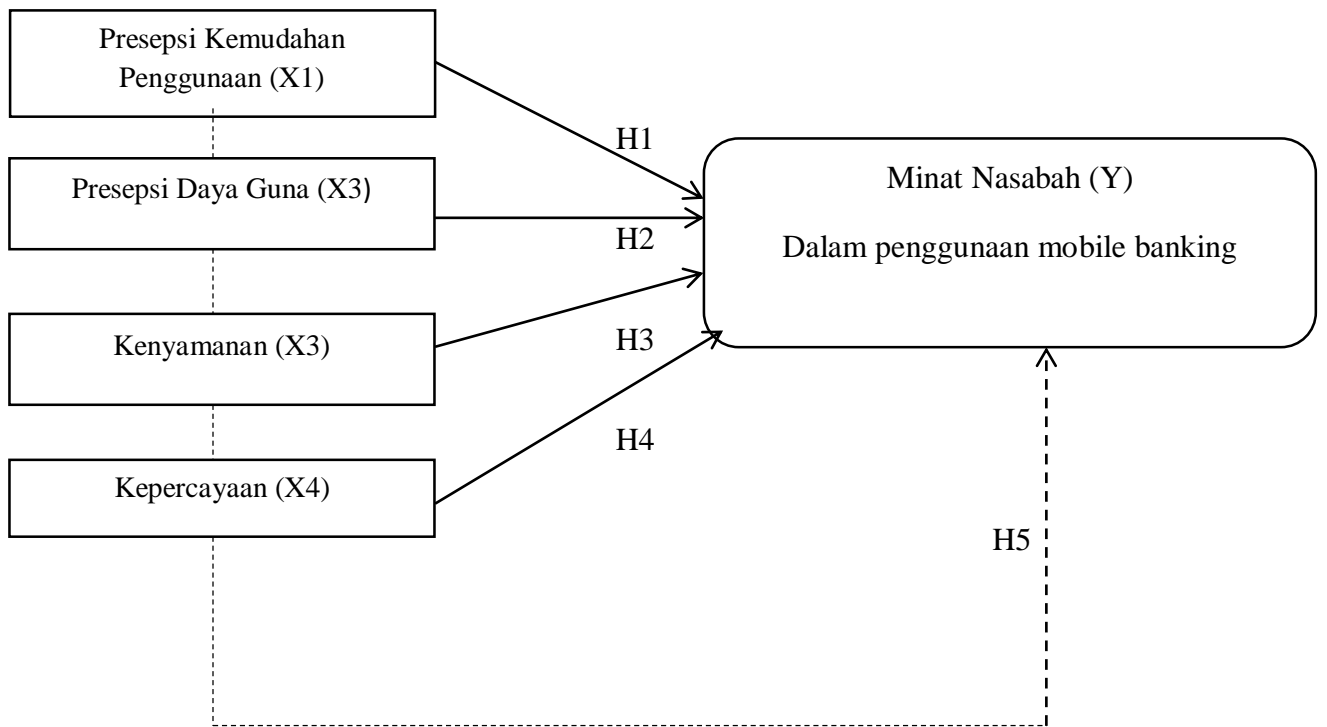
1. Diduga bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan secara parsial pada minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* PT. Bank Syariah Mandiri (persero) Tbk. Cabang Palu
2. Diduga bahwa Persepsi Daya Guna berpengaruh signifikan secara parsial pada minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* PT. Bank Syariah Mandiri (persero) Tbk. Cabang Palu
3. Diduga bahwa Kenyamanan berpengaruh signifikan secara parsial pada minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* PT. Bank Syariah Mandiri (persero) Tbk. Cabang Palu
4. Diduga bahwa Kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial pada minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* PT. Bank Syariah Mandiri (persero) Tbk. Cabang Palu

#### ***D. Kerangka Pikir***

Fenomena perbankan yang ada sekarang ini adalah maraknya penggunaan internet sebagai channel jasa perbankan. Salah satu aplikasi penggunaan internet pada layanan perbankan adalah *mobile banking*. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu minat nasabah dan variabel tidak terikat faktor faktor yang mempengaruhinya antara lain : Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Kenyamanan, Kepercayaan. Dapat dilihat pada gambar 2.2 di bawah.

#### **Gambar 2.2 Kerangka Pikir**





## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Adapun yang menjadi obyek penelitian ini adalah pada perusahaan yang bergerak di bidang lembaga keuangan perbankan, tepatnya PT. Bank Syariah Mandiri (Persero), Tbk. Cabang Palu beralamat di Jalan monginsidi No.77 Waktu penelitian dilaksanakan selama 1 (satu) bulan, mulai dari bulan Juni 2020

#### **1. Jenis dan Sumber Data**

##### *a. Jenis Data*

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Data Kualitatif, yaitu data yang bukan dalam bentuk angka, yang diperoleh dari hasil wawancara dan hasil informasi tentang nasabah yang menggunakan internet banking PT. Bank Syariah Mandiri (Persero) Tbk. Palu.
2. Data Kuantitatif, yaitu data dalam bentuk angka yang dapat dihitung, yang diperoleh dari perhitungan kuesioner yang akan dilakukan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.<sup>25</sup>

#### **2. Sumber Dataa**

Sumber data yang diperoleh adalah sebagai berikut :

##### *a. Data primer*

---

<sup>25</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung:Alfabeta,2010),h.12-13

yaitu data yang diperoleh langsung dari penelitian di lapangan, yang sumbernya dari responden, dan hasil wawancara dengan pihak yang bersangkutan.

*b. Data sekunder*

yaitu data yang diperoleh dari laporan bank, buku-buku teks, majalah, brosur, dan referensi lainnya yang berkaitan dengan minat nasabah, mobile banking dan layanan.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, digunakan beberapa metode antara lain :

*Observasi*

Observasi adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.<sup>26</sup> Dalam observasi penelitian ini menggunakan jenis observasi terstruktur, dimana variabel dalam penelitian ini diantaranya: kemudahan penggunaan, daya guna, kenyamanan, kepercayaan dan keinginan nasabah. Juga didukung dengan data-data yang tersedia di Bank Syariah Mandiri Palu

*a. Kuesioner (angket)*

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para

---

<sup>26</sup> Sugiyono, *Op.cit.*h.203

responden untuk dijawab.<sup>27</sup> Kuesioner ini berisi pertanyaan atau pernyataan dengan jawaban alternatif yang berkenaan dengan pengaruh kemudahan, daya guna, kenyamanan, kepercayaan terhadap keinginan nasabah menggunakan mobile banking pada Bank Mandiri Syariah KC Palu. adapun skala yang dipakai adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>28</sup> Skala ini menggunakan 5 skor yaitu :

Sangat setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Kurang Setuju(CS)	= 3
Tidak Setuju(TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

### ***B. Populasi dan Sampel***

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang terdaftar sebagai pengguna Internet banking PT. Bank Sayriah Mandiri (Persero), Tbk. Cabang Palu. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>29</sup> Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data dari para responden. Data yang diambil adalah dari sampel yang

---

<sup>27</sup> V.Wiratna Sujarweni,*Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*,Pustaka Baru Perss, yogyakarta.2015

<sup>28</sup> Ibid,h.80

<sup>29</sup> Sugiyono,*Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif,Dan R&D*,Bandung,Alfab

mewakili seluruh populasi. Maka dari sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono<sup>30</sup>. Teknik sampling yang peneliti gunakan untuk penelitian ini adalah Purpoive Sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu Sugiyono yaitu nasabah yang menggunakan internet banking. Berdasarkan data jumlah nasabah pengguna mobile banking pada PT. Bank Sayariah Mandiri (Persero), Tbk. Cabang Palu. periode 2020 sebanyak 1.312 orang, sehingga sampel penelitian dapat ditentukan dengan menggunakan rumus slovin, dimana menurut Umar yaitu :<sup>31</sup>

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

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir.

Batas kesalahan yang ditolerir ini bagi setiap populasi tidak sama. Ada yang 1%, 2%, 3%, 4%, 5%, atau 10%. Dalam penelitian ini digunakan e sebesar 10%. Sedangkan pemakaian rumus di atas mempunyai asumsi bahwa populasi

---

<sup>30</sup> Maya angela sylvia, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk, Cabang Ahmad Yani Makassar*, Universitas Hasanudin Makassar, Skripsi S1. th 2014. h. 41-42

<sup>31</sup> Wahyu Joko Saputra, *coustamer service Mandiri Syariah Palu*. Wawancara. Palu. 1 November 2019

berdistribusi normal Dari rumusan tersebut di atas maka jumlah penentuan sampel dapat dilakukan melalui perhitungan berikut ini :

Dari rumusan tersebut diatas maka jumlah penentuan sampel dapat dilakukan melalui perhitungan sebagai berikut :

Diketahui N= 1.312 orang dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%

$$n = \frac{1.312}{1 + 1.312(0.1)^2} = \frac{1.312}{1 + 1.312 \cdot (0,01)} = \frac{1.312}{1 + 1.312} = \frac{1.312}{14,12} = 92,91 = 93$$

n = 92,91. Jadi jumlah sampel adalah 93 responden

### ***C. variabel penelitian***

Menurut sugiyono dalam danang sunyono mengatakan bahwa variabel dalam penelitian merupakan suatu atribut dari sekelompok objek yang diteliti yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lain dalam kelompok tersebut.<sup>32</sup>

Variabel yang dimaksud dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel lainya. Variabel bebas ini diberikan simbol “X”, pada penelitian ini variabel bebas adalah : Presepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Presepsi Daya Guna (X2), Kenyamanan (X3), dan Kepercayaan (X4)

---

<sup>32</sup> Danang Sunyono, *Metode dan Instrumen.....*, h.20.

2. Variabel terikat (*dependent variable*) yaitu variabel yang nilainya tergantung pada variabel lainnya. Variabel terikat ini diberikan simbol “Y” yaitu Minat Nasabah (Y)<sup>33</sup>

#### ***D. Definisi oprasional***

Definisi Oprasional adalah unsur metode penelitian yang memberitahukan cara mengukur variabel. Dengan kata lain, ia merupakan semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur variabel. Definisi operasional merupakan suatu informasi ilmiah yang membantu peneliti lain yang ini menggunakan variabel yang sama.<sup>34</sup>

**Tabel 3.1**

#### **Definisi oprasional**

<b>Variable</b>	<b>Definisi Oprasional</b>	<b>Indikator</b>
Presepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	Presepsikemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya.	a) mobile banking mudah dipelajari oleh nasabah. b) mobile banking dapat digunakan dengan mudah sesuai dengan

<sup>33</sup> Iqbal Hasan, Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002), h. 227

<sup>34</sup> Andi Prastowo, Memahami metode-Metode Penelitian (Cet. III, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), h. 185

		<p>keinginan nasabah.</p> <p>c) Nasabah dapat menggunakan.</p> <p>(Sumber : Davis)</p>
<p>Prespsi Daya Guna (X2)</p>	<p>Presepsi penggunaan terhadap penggunaan/ kebermanfaatan yaitu tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya.</p>	<p>a) Bagi penggunanya menggunakan mobile banking menjadi lebih mudah.</p> <p>b) mobile banking dapat meningkatkan pengetahuan pengguna.</p> <p>c) mobile banking dapat mempercepat waktu pengguna dalam transaksi</p> <p>(Sumber : Davis)</p>



<p>Kenyamanan (X3)</p>	<p>Kenyamanan internet banking menyediakan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi yang mana memudahkan nasabah untuk melakukan perbankan kapanpun dimanapun</p>	<p>a) Nasabah dapat mengakses mobile banking kapanpun dan dimanapun. b) Tidak terdapat antrian c) Hemar waktu (Sumber : Poon)</p>
<p>Kepercayaan (X4)</p>	<p>kepercayaan muncul ketika adanya keyakinan dari pihak konsumen yaitu pelanggan pada reabilitas dari rekan pertukaran. Kepercayaan disini adalah kepercayaan nasabah pada penyelenggara transaksi elektronik perbankan,serta kepercayaan pada mekanisme oprasional dari transaksi yang dilakukan.</p>	<p>a) mobile banking dapat dihandalkan b) Sikap empati pada pengguna internet banking c) Transaksi melalui internet banking dapat di percaya (Sumber: Kusmayadi)</p>
<p>Minat Nasabah (Y)</p>	<p>Minat nasabah yaitu pengaruh eksternal,kesadaran akan</p>	<p>a) Adanya kesadaran</p>

	kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya.	nasabah untuk menggunakan mobile banking b) Banyaknya layanan transaksi pada mobile banking c) mobile banking fleksibel (Sumber : Kanuk)
--	---	---

### ***E. Teknik Analisis Data***

#### **1. Uji Validitas**

Uji validitas adalah sebuah alat yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.<sup>35</sup> Jadi, suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Hasil analisis korelasi bivariate dengan melihat output *Pearson Correlation*. Untuk mendapatkan hasil yang validitas maka dilakukan uji dengan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

<sup>35</sup> Sugiyono, *Statistik untuk penelitian*, Alfabeta, Bandung, h. 172

Uji validitas memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Jika  $r$  hitung positif dan  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel (pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ )
- b. Jika  $r$ -hitung negatif dan  $r$ -hitung  $<$   $r$ -tabel ( pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ ).

## 2 Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas dilakukan dengan mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hasil uji reliabilitas kuisioner sangat tergantung pada kesungguhan jawaban dari responden dalam menjawab pernyataan penelitian. Uji statistik *CronbachAlfa* ( $\alpha$ ) digunakan untuk menguji tingkat rilabel suatu variabel. Suatu variabel dikatakan rilabel jika nilai *Cronbach Alfa*  $>$   $0,60$ <sup>36</sup>

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, atau mendekati normal atau tidaknya.<sup>37</sup> Jika distribusi normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.<sup>38</sup>

### b. Uji Mutikolinearitas

---

<sup>36</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* ed. V, (Semarang:Universitas Diponegoro,2006), h. 52.

<sup>37</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta:PT.Grafindo Persada, 2011),h. 181

<sup>38</sup> *ibid.* h. 161

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dalam suatu model regresi salah satunya adalah dengan melihat nilai toleransi dan lawannya, dan *Variance Inflation Factor* (VIF).<sup>39</sup> Jika hasil nilai VIF menunjukkan nilai Tolerance  $< 0.10$  atau sama dengan  $VIF > 10$ , maka menunjukkan adanya multikolinearitas antar variabel dalam model regresi. Dan jika nilai Tolerance  $> 0.10$  atau sama dengan nilai  $VIF < 10$ , maka menunjukkan tidak ada multikolinearitas antar variabel dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji terjadinya kesamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, kriteria terjadinya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika signifikansinya  $> 0,05$  yang berarti bahwa apabila signifikansinya  $> 0,05$  penelitian dapat dilanjutkan..<sup>40</sup>

#### 4. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah metode statistik untuk menguji pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*Independent*) terhadap satu variabel tidak bebas (*dependent*). Perbedaan penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel

---

<sup>39</sup>Duwi Priyanto, *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate* (Cet. I, Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2013), h. 59-60

<sup>40</sup>Ibid. h.60

bebas yang digunakan, yaitu lebih dari satu variabel bebas.<sup>41</sup> Persamaan regresi berganda dapat berupa sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

Y =Minat Nasabah

a = Konstanta dari persamaan regresi

b = Koefisien regresi

X1 = Presepsi Kemudahan Penggunaan

X2 = Prespsi Daya Guna

X3 = Kenyamanan

X4= Kepercayaan

e = standar error

## 5. Uji Hipotesis

Data pada uji regresi berganda dapat diolah dilakukan dengan menggunakan program statistik computer SPSS, yang meliputi :

### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk bisa mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.<sup>42</sup> Pengujian hipotesis uji t menggunakan program SPSS versi

---

<sup>41</sup> . Sofiyan Siregar, *Statistik Perametik untuk penelitian kuantitatif: dilengkapi dengan perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Cet.3:Jakarta:Bumi Aksara,2015),405.

<sup>42</sup> Duwi Priyanto,*Analisis Kolerasi,Regresi dan Multivariate* (Cet,I,Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2013), h. 50-51

21.0. alat ini digunakan untuk membandingkan signifikansi hitung masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan taraf signifikansi 5%. Ayat pengambilan keputusan dalam uji t dengan SPSS apabila :

- 1) probabilitas > taraf signifikansi (5%) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- 2) probabilitas < taraf signifikansi (5%) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.<sup>43</sup>

Maka syarat pada uji ini adalah :

- 1) jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen
- 2) jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

***F. Uji Koefisien Determinasi***

Koefisien determinasi menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen atau sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen.<sup>44</sup>

Koefisien penentu dirumuskan :

$$KP = R^2 = (KK^2) \times 100\%$$

---

<sup>43</sup> *Ibid*, 48.

<sup>44</sup> *Ibid*, 56

Keterangan :

KK = Koefisien korelasi

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

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

##### **1. Sejarah Bank Syariah Mandiri**

Kehadiran Bank Syariah Mandiri sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (*merge*) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bank Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT. Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru Bank Susila Bakti. Sebagai tindak lanjut dari kepuasan *merger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan Perbankan Syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun



1998, yang member peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual bankingsystem*).

Perubahan kegiatan usaha Bank Susila Bakti menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No.1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT. Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya diPerbankan Indonesia. Bank Syariah Mandiri hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

Lokasi penelitian ini beralamat di PT.Bank Syariah Mandiri Palu jalan Wolter Moginsidi No.77 Palu Sulawesi Tengah. Kantor Bank Syariah Mandiri KC Palu merupakan salah satu kantor cabang yang berada disulawesi tengah khususnya di kota palu.bank syariah Mandiri beroperasi seperti bank-bank lain pada umumnya menawarkan berbagai produk jasa untuk nasabah.dan juga melayani berbagai keperluan nasabah mulai dari internet banking, mobile banking, dan juga layanan meliputi pinjaman bank mandiri. Bank Syariah mandiri palu berdiri dikota palu pada tahun 2005 dan beroperasi hingga sekarang.

Bank Syariah Mandiri KC Palu mempunyai visi misi sebagai berikut:

a. Visi

Bank Syariah Terdepan dan Modern (The Leading & Modern Sharia Bank).

b. Misi

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan diaatas rata-rata industri yang berkesinambungan
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah
- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan<sup>45</sup>

2. Struktur Organisasi Area dan Cabang Palu (BSM)

**Tabel 4.1**

**Struktur Organisasi Mandiri Syariah Palu**

<b>No</b>	<b>Nama Pegawai</b>	<b>Jabatan</b>
1	Muh.Arif Gunawan	Area Manager
2	Silvani	Branch Manager

---

<sup>45</sup> Dokumentasi dari Bank Syariah Mandiri Cabang Palu

3	Pretty Wulandari	BOS Manager
A	Ahmad Yani Whiwin AR Sulkifli Muluki	Reatail Banking Representative
B	Desi Maharani Aswar	Pwaning Officer Pwaning Staff
C	Nur Intan	Funding &TS
4	Kiki Aprilia Wahyu Joko S	Coustomer Service
5	Sofyanur Burhan	Head Teller
A	Dian Angreani Nikita Sari	Teller
6	Ismail Dg N Asraf	GSS
7	Iskandar Ruppa Eka Saputra Badollahi Slamet Umar Faisal	Security
8	Moh.Noval Pratama	Office Boy
9	Rizal Husni Nurdin	Driver

### ***B. Deskripsi kuisisioner dan Sampel Penelitian***

Penelitian ini dilakukan pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Palu yang beralamatkan di Bank Syariah Mandiri Palu, di Jl. Wolter Monginsidi No.77 Palu. Data penelitian menggunakan instrumen kuisisioner yang dibagikan kepada Nasabah Bank Syariah Mandiri Palu sebagai sampel penelitian. Kuisisioner disebar oleh peneliti kepada sampel yang diteliti dengan perincian sebagai berikut:

**Tabel 4.2**

#### **Deskripsi Kuisisioner**

<b>Jumlah sampel</b>	<b>Kuisisioner Disebar</b>	<b>Kuisisioner Kembali</b>	<b>Kuisisioner Diolah</b>	<b>Persentase</b>
93	93	93	93	100%

*Sumber :Hasil penelitian*

Dalam tabel dijelaskan bahwa jumlah Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 93 orang Nasabah Bank Syariah Mandiri Palu. Data responden dalam penelitian ini dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.3**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Responden</b>	<b>Persentase</b>
Laki-laki	51	54,83 %
Perempuan	42	45,16 %
Jumlah	93	100 %

*Sumber : Hasil Penelitian*

Pada tabel 4.3 tersebut menunjukkan bahwa responden atau sampel yang berjumlah 93 orang dalam penelitian ini terbagi atas yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 51 orang (55%) sedangkan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 42 orang (45%) sehingga terlihat bahwa sampel penelitian di dominasi oleh responden yang berjenis kelamin laki-laki.

**Tabel 4.4**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Responden</b>	<b>Persentase</b>
20-25 tahun	25	26,88 %
26-30 tahun	35	37,63%
31-35 tahun	15	16,12 %
36-40 tahun	13	13,97%
>40 tahun	5	05,37%
Jumlah	93	100 %

*Sumber: Hasil Penelitian*

Berdasarkan tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa rata-rata usia responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah berumur antara 26-30 tahun yaitu sebanyak 35 orang (38%), kemudian disusul oleh responden yang berumur antara 20-25 tahun sebanyak 25 orang (25%). Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata usia nasabah pengguna mobile banking pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Palu. dan menjadi sampel dalam penelitian ini adalah berumur 26-30 tahun.

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Responden</b>	<b>persentase</b>
Pegawai Swasta	43	46,23 %
Pegawai Negri	18	19,35 %
Wiraswasta	25	26,88 %
Mahasiswa	7	07,52 %
Jumlah	93	100 %

*Sumber : Hasil Penelitian*

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar jenis pekerjaan responden dalam penelitian ini adalah pegawai swasta yakni sebanyak 43 orang (46%) kemudian disusul oleh responden yang mempunyai pekerjaan sebagai wiraswasta dengan jumlah responden sebanyak 25 orang (27%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa minat nasabah pengguna mobile banking pada PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Palu. Dalam sampel penelitian ini responden yang mendominasi adalah pegawai swasta dan wiraswasta.

### 3. Uji Validitas

Menggunakan instrumen pada setiap penelitian, maka terlebih dahulu seorang peneliti harus mengetahui apakah instrumen yang digunakan apakah valid atau tidak, karena sebuah instrumen apabila tidak valid maka data tersebut tidak dapat digunakan. Pada penelitian ini disetiap pernyataannya untuk dilihat apakah valid atau tidaknya, dapat diketahui dari kolom *Corrected Item Total Correction* atau *r* Hitung, dan Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung

dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df)= n-2, dimana n merupakan jumlah sampel pada penelitian. Pada penelitian ini jumlah sampel yang dipakai adalah 93 sampel dan besarnya df dapat dihitung  $df= 93-2=91$  dan alpha (signifikansi) 0,05 didapat r tabel 0,2039. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka indicator dinyatakan valid.<sup>46</sup>

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

Variabel	Item Pernyataan	<i>Corrected</i> <i>Item Total</i> <i>Correlation</i> (R Hitung)	R Tabel	Taraf Sig. (0,05)	Ket
Presepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	1	0,477	0,2039	0,000	Valid
	2	0,919	0,2039	0,000	Valid
	3	0,648	0,2039	0,000	Valid
	4	0,548	0,2039	0,000	Valid
	5	0,392	0,2039	0,000	Valid
Prespsi Daya Guna (X2)	1	0,441	0,2039	0,000	Valid
	2	0,574	0,2039	0,000	Valid
	3	0,639	0,2039	0,000	Valid
	4	0,594	0,2039	0,000	Valid
	5	0,377	0,2039	0,000	Valid

<sup>46</sup> Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IMB SPSS 23" (Cet.I; Semarang: Universitas Diponegoro,2013), 53

Kenyamanan (X3)	1	0,476	0,2039	0,000	Valid
	2	0,611	0,2039	0,000	Valid
	3	0,581	0,2039	0,000	Valid
	4	0,634	0,2039	0,000	Valid
	5	0,396	0,2039	0,000	Valid
Kepercayaan (X4)	1	0,498	0,2039	0,000	Valid
	2	0,707	0,2039	0,000	Valid
	3	0,726	0,2039	0,000	Valid
	4	0,579	0,2039	0,000	Valid
	5	0,525	0,2039	0,000	Valid
Minat Nasabah (Y)	1	0,493	0,2039	0,000	Valid
	2	0,735	0,2039	0,000	Valid
	3	0,762	0,2039	0,000	Valid
	4	0,589	0,2039	0,000	Valid
	5	0,656	0,2039	0,000	Valid

*Sumber: Hasil penelitian*

Pada tabel menjelaskan bahwa, dari nilai  $r_{hitung}$  pada kolom *Corrected Item Total Correlation* dimana masing-masing variabel menunjukkan semua pernyataan valid karena  $r_{hitung}$  lebih besar dan positif dari  $r_{tabel}$ .

#### 4. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji data yang diperoleh sebagai misal hasil dari jawaban kuisioner yang telah dibagikan. Jika kuisioner itu reliable, andai kata jawaban



responden tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas diuji terhadap seluruh pernyataan pada penelitian ini dan menggunakan program SPSS dengan uji statistic *cronc bach Alpha* (h). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai  $>0,60$ <sup>47</sup>

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	<i>Reliability Coeficients</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Presepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	5 item	0,778	Reliabel
Presepsi DayaGuna (X2)	5 item	0,751	Reliabel
Kenyamanan (X3)	5 item	0,766	Reliabel
Kepercayaan (X4)	5 item	0,811	Reliabel
Minat nasabah (Y)	5 item	0,835	Reliabel

Sember : Hasil Penelitian

<sup>47</sup> Imam Ghozali, “ *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*” (Cet.I;Semarang: Universitas Diponegoro, 2006), 48.

Tabel diatas menunjukkan bawa dari hasil uji data dengan *Cronbach alpha* masing-masing variabel diatas baik variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4$  maupun Y kesemuanya memiliki nilai yang reliabel yaitu lebih daro 0,60. Dengan demikian pengelolaan data dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

Instrumen yang digunakan

#### 4. Deskripsi Variabel Penelitian

Apabila data terkumpul dan tertabulasi dengan baik, selanjutnya untuk melihat tanggapan responden dalam hal ini nasabah mengenai variabel-variabel penelitian yang angkat yaitu Presepsi kemudahan penggunaan, Presepsi Daya Guna, Kenyamanan, Kepercayaan (variabel Independen) dan Minat Nasabah (variabel dependen).kemudian mencari rata-rata dari data tersebut, maka terlebih dahulu harus dibuat interval. Rumus yang digunakan menurut Sudjana dalam iskandar adalah sebagai berikut:<sup>48</sup>

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Diketahui :

P = Panjang Kelas Interval

Rentang = Data Tertinggi- Data Terendah

Banyak Kelas = 5

---

<sup>48</sup> Yogi Iskandar, “*Pengaruh Kesesuaian Kompensasi Terhadap Kinerja Kariawan PT.Bentoel Distribusi Utama Cabang Palu*”, Skripsi (Palu: IAIN Palu), 54

Berdasarkan rumus tersebut, maka panjang kelas intervalnya adalah sebagai berikut:  $P = \frac{5-1}{5} = 0,80$ . Maka interval dari kriteria penelitian rata-rata dapat diinterpretasikan berikut ini :

Sangat Buruk =1,00 - 1,79

Buruk =1,80 - 2,59

Cukup Baik =2,60 – 3,39

Baik =3,40 – 4,19

Sangat Baik =4,20 – 5,00

1. Deskripsi tanggapan responden sebagai sampel penelitian terhadap Variabel  
Presepsi Kemudahan Penggunaan

**Tabel 4.8**  
**Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Presepsi Kemudahan**  
**Penggunaan (X<sub>1</sub>)**

No.	Jawaban Responden															N	%	Total Skor	Mean
	SS(5)			S(4)			KS(3)			TS(2)			STS(1)						
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%				
1	60	300	64,516	33	132											93	100	432	4,65
2	60	300	64,516	33	132											93		432	4,66
3	61	305	65,591	32	128											93		433	4,58
4	58	290	62,366	34	136		1	3								93		426	4,59
5	55	275	59,14	38	152											93		427	4,59

*Sumber : Hasil Penelitian*

Tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel persepsi kemudahan penggunaan yaitu sebanyak 60 orang menyatakan sangat setuju, 33 orang menyatakan setuju akan pernyataan tersebut. Total dari skor jawaban 93 responden adalah 432 dengan nilai mean 4,65 maka pernyataan pertama dikategorikan sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua terhadap variabel persepsi kemudahan penggunaan yaitu sebanyak 60 orang menyatakan sangat setuju, 33 orang menyatakan setuju akan pernyataan tersebut. Total dari skor jawaban 93 responden adalah 432 dengan nilai mean 4,65 maka pernyataan kedua dikategorikan sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga terhadap variabel persepsi kemudahan penggunaan yaitu sebanyak 61 orang menyatakan sangat setuju, 32 orang menyatakan setuju akan pernyataan tersebut. Total dari skor jawaban 93

responden adalah 433 dengan nilai mean 4,58 maka pernyataan ketiga dikategorikan sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat terhadap variabel persepsi kemudahan penggunaan yaitu sebanyak 58 orang menyatakan sangat setuju, 34 orang menyatakan setuju dan 1 orang menyatakan kurang setuju akan pernyataan tersebut. Total dari skor jawaban 93 responden adalah 426 dengan nilai mean 4,59 maka pernyataan keempat dikategorikan sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima terhadap variabel persepsi kemudahan penggunaan yaitu sebanyak 55 orang menyatakan sangat setuju, 38 orang menyatakan setuju akan pernyataan tersebut. Total dari skor jawaban 93 responden adalah 427 dengan nilai mean 4,59 maka pernyataan kelima dikategorikan sangat baik.

**Tabel 4.9**

**Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Daya Guna**

No.	Jawaban Responden															N	%	Total Skor	Mean
	SS(5)			S(4)			KS(3)			TS(2)			STS(1)						
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%				
1	63	315	67,742	30	120											93	100	435	4,68
2	65	325	69,892	28	112											93		437	4,7
3	64	320	68,817	28	112				1	2						93		432	4,65
4	65	325	69,892	27	108				1	2						93		433	4,66
5	52	260	55,914	36	144		5	15								93		404	4,34

*Sumber: Hasil Penelitian*

Tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel persepsi daya guna yaitu sebanyak 63 orang menyatakan sangat setuju, 30 orang menyatakan

setuju akan pernyataan tersebut. Total dari skor jawaban 93 responden adalah 435 dengan nilai mean 4,68 maka pernyataan pertama dikategorikan sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua terhadap variabel persepsi daya guna yaitu sebanyak 65 orang menyatakan sangat setuju, 28 orang menyatakan setuju akan pernyataan tersebut. Total dari skor jawaban 93 responden adalah 437 dengan nilai mean 4,7 maka pernyataan kedua dikategorikan sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga terhadap variabel persepsi daya guna yaitu sebanyak 64 orang menyatakan sangat setuju, 28 orang menyatakan setuju, dan 1 orang menyatakan tidak setuju akan pernyataan tersebut. Total dari skor jawaban 93 responden adalah 432 dengan nilai mean 4,65 maka pernyataan ketiga dikategorikan sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat terhadap variabel persepsi daya guna yaitu sebanyak 65 orang menyatakan sangat setuju, 27 orang menyatakan setuju, dan 1 orang menyatakan tidak setuju akan pernyataan tersebut. Total dari skor jawaban 93 responden adalah 433 dengan nilai mean 4,66 maka pernyataan keempat dikategorikan sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima terhadap variabel persepsi daya guna yaitu sebanyak 52 orang menyatakan sangat setuju, 36 orang menyatakan setuju, dan 5 orang menyatakan kurang setuju akan pernyataan tersebut. Total dari skor jawaban 93 responden adalah 404 dengan nilai mean 4,34 maka pernyataan kelima dikategorikan sangat baik.

#### **Tabel 4.10**

#### **Tabel Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kenyamanan( $X_3$ )**

No.	Jawaban Responden															N	%	Total Skor	Mean
	SS(5)			S(4)			KS(3)			TS(2)			STS(1)						
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%				
1	57	285	61,29	34	136		2	6								93	100	427	4,59
2	62	310	66,667	30	120		1	3								93		433	4,66
3	62	310	66,667	29	116		2	6								93		432	4,65
4	56	280	60,215	37	148											93		428	4,6
5	56	280	60,215	36	144		1	3								93		427	4,59

*Sumber : Hasil Penelitian*

Dari hasil tanggapan responden di atas menunjukkan untuk pernyataan pertama terhadap variabel kenyamanan sebanyak 57 orang menyatakan sangat setuju, 34 orang setuju, dan 2 orang kurang setuju akan pernyataan tersebut. Total dari skor jawaban 93 responden adalah 427 dengan nilai mean 4,59 maka pernyataan pertama dikategorikan sangat baik.

Dari hasil tanggapan responden di atas menunjukkan untuk pernyataan kedua terhadap variabel kenyamanan sebanyak 62 orang menyatakan sangat setuju, 30 orang setuju, dan 1 orang kurang setuju akan pernyataan tersebut. Total dari skor jawaban 93 responden adalah 433 dengan nilai mean 4,66 maka pernyataan keempat dikategorikan sangat baik

Dari hasil tanggapan responden di atas menunjukkan untuk pernyataan ketiga terhadap variabel kenyamanan sebanyak 62 orang menyatakan sangat setuju, 29 orang setuju, 2 orang kurang setuju akan pernyataan tersebut. Total dari skor jawaban 93 responden adalah 432 dengan nilai mean 4,65 maka pernyataan pertama dikategorikan sangat baik

Dari hasil tanggapan responden di atas menunjukkan untuk pernyataan keempat terhadap variabel kenyamanan sebanyak 56 orang menyatakan sangat

setuju,37 orang setuju akan pernyataan tersebut. Total dari skor jawaban 93 responden adalah 427 dengan nilai mean 4,59 maka pernyataan pertama dikategorikan sangat baik

Dari hasil tanggapan responden di atas menunjukkan untuk pernyataan kelima terhadap variabel kenyamanan sebanyak 56 orang menyatakan sangat setuju,36 orang setuju,dan 2 orang kurang setuju akan pernyataan tersebut. Total dari skor jawaban 93 responden adalah 427 dengan nilai mean 4,59 maka pernyataan pertama dikategorikan sangat baik.

**Tabel 4.11**

**Tabel Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (X<sub>4</sub>)**

No.	Jawaban Responden															N	%	Total Skor	Mean
	SS(5)			S(4)			KS(3)			TS(2)			STS(1)						
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%				
1	50	250	53,763	41	164		1	3		1	2					93	100	419	4,51
2	54	270	58,065	37	148		2	6								93		424	4,56
3	63	315	67,742	30	120											93		435	4,68
4	62	310	66,667	28	112		2	6		1	2					93		430	4,62
5	69	345	74,194	23	92		1	3								93		440	4,73

*Sumber : Hasil Penelitian*

Dari hasil tanggapan responden di atas menunjukkan untuk pernyataan pertama terhadap variabel kepercayaan sebanyak 50 orang menyatakan sangat setuju,41 orang setuju,dan 1 orang kurang setuju,dan satu orang tidak setuju akan



pernyataan tersebut. Total dari skor jawaban 93 responden adalah 419 dengan nilai mean 4,51 maka pernyataan pertama dikategorikan sangat baik.

Dari hasil tanggapan responden di atas menunjukkan untuk pernyataan kedua terhadap variabel kepercayaan sebanyak 54 orang menyatakan sangat setuju,37 orang setuju,dan 2 orang kurang setuju akan pernyataan tersebut. Total dari skor jawaban 93 responden adalah 424 dengan nilai mean 4,56 maka pernyataan kedua dikategorikan sangat baik.

Dari hasil tanggapan responden di atas menunjukkan untuk pernyataan ketiga terhadap variabel kepercayaan sebanyak 63 orang menyatakan sangat setuju,30 orang setuju akan pernyataan tersebut. Total dari skor jawaban 93 responden adalah 435 dengan nilai mean 4,68 maka pernyataan ketiga dikategorikan sangat baik.

Dari hasil tanggapan responden di atas menunjukkan untuk pernyataan keempat terhadap variabel kepercayaan sebanyak 62 orang menyatakan sangat setuju,28 orang setuju,dan 2 orang kurang setuju dan 1 orang tidak setuju akan pernyataan tersebut. Total dari skor jawaban 93 responden adalah 430 dengan nilai mean 4,62 maka pernyataan keempat dikategorikan sangat baik.

Dari hasil tanggapan responden di atas menunjukkan untuk pernyataan kelima terhadap variabel kepercayaan sebanyak 69 orang menyatakan sangat setuju,23 orang setuju,dan 1 orang kurang setuju akan pernyataan tersebut. Total dari skor jawaban 93 responden adalah 440 dengan nilai mean 4,73 maka pernyataan kelima dikategorikan sangat baik.

#### **Tabel 4.12**

#### **Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Nasabah (Y)**

No.	Jawaban Responden															N	%	Total Skor	Mean
	SS(5)			S(4)			KS(3)			TS(2)			STS(1)						
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%				
1	59	295	63,441	34	136											93	100	431	4,63
2	69	345	74,194	24	96											93		441	4,74
3	68	340	73,118	24	96		1	3								93		436	4,69
4	65	325	69,892	25	100		2	6		1	2					93		425	4,57
5	71	355	76,344	22	88											93		443	4,76

*Sumber :Hasil Penelitian*

Data di atas menunjukkan tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel Minat Nasabah yaitu 59 orang menyatakan sangat setuju,34 orang setuju.total skor pernyataan ini adalah 431 dengan Mean 4,63 sehingga kriteria ini tergolong sangat baik.

Data di atas menunjukkan tanggapan responden untuk pernyataan kedua terhadap variabel Minat Nasabah yaitu 69 orang menyatakan sangat setuju,24 orang setuju.total skor pernyataan ini adalah 441 dengan Mean 4,74 sehingga kriteria ini tergolong sangat baik.

Data di atas menunjukkan tanggapan responden untuk pernyataan ketiga terhadap variabel Minat Nasabah yaitu 68 orang menyatakan sangat setuju,24 orang setuju,1 orang kurang setuju.total skor pernyataan ini adalah 436 dengan Mean 4,69 sehingga kriteria ini tergolong sangat baik.

Data di atas menunjukkan tanggapan responden untuk pernyataan keempat terhadap variabel Minat Nasabah yaitu 65 orang menyatakan sangat setuju,25 orang setuju,2 orang kurang setuju,dan 1 orang tidak setuju.total skor pernyataan ini adalah 425 dengan Mean 4,57 sehingga kriteria ini tergolong sangat baik.

Data di atas menunjukkan tanggapan responden untuk pernyataan kelima terhadap variabel Minat Nasabah yaitu 71 orang menyatakan sangat setuju, 22 orang setuju. total skor pernyataan ini adalah 443 dengan Mean 4,76 sehingga kriteria ini tergolong sangat baik.

#### 5. Uji Asumsi Klasik

Uji ini digunakan untuk menguji terlebih dahulu apakah semua persyaratan statistik terpenuhi atau tidak karena sebelum melakukan uji-uji selanjutnya seperti Uji Regresi Berganda maupun Uji Hipotesis. uji asumsi klasik harus terlebih dahulu terpenuhi. Asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui koefisien regresi yang didapatkan telah benar dan diterima serta menghindari adanya kemungkinan sebuah pelanggaran asumsi yang didasari pada asumsi dasar pada metode regresi. Untuk uji ini disajikan sebagai mana berikut :

##### a) Uji Normalitas

Uji Normalitas akan menunjukkan data yang ditampilkan untuk analisis berdistribusi normal atau tidak. Hasil Model Regresi yang baik adalah berdistribusi data Normal ataupun mendekati normal. Hal tersebut dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

**Tabel 4.13**

*One Sample Kolmogrov-Smirnov Test*

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Predicted Value
N		93
Normal Parameters <sup>a, b</sup>	Mean	23.5161290
	Std. Deviation	1.34691202
Most Extreme Differences	Absolute	.128
	Positive	.128
	Negative	-.115
Kolmogorov-Smirnov Z		1.230
Asymp. Sig. (2-tailed)		.097

a. Test distribution is Normal.

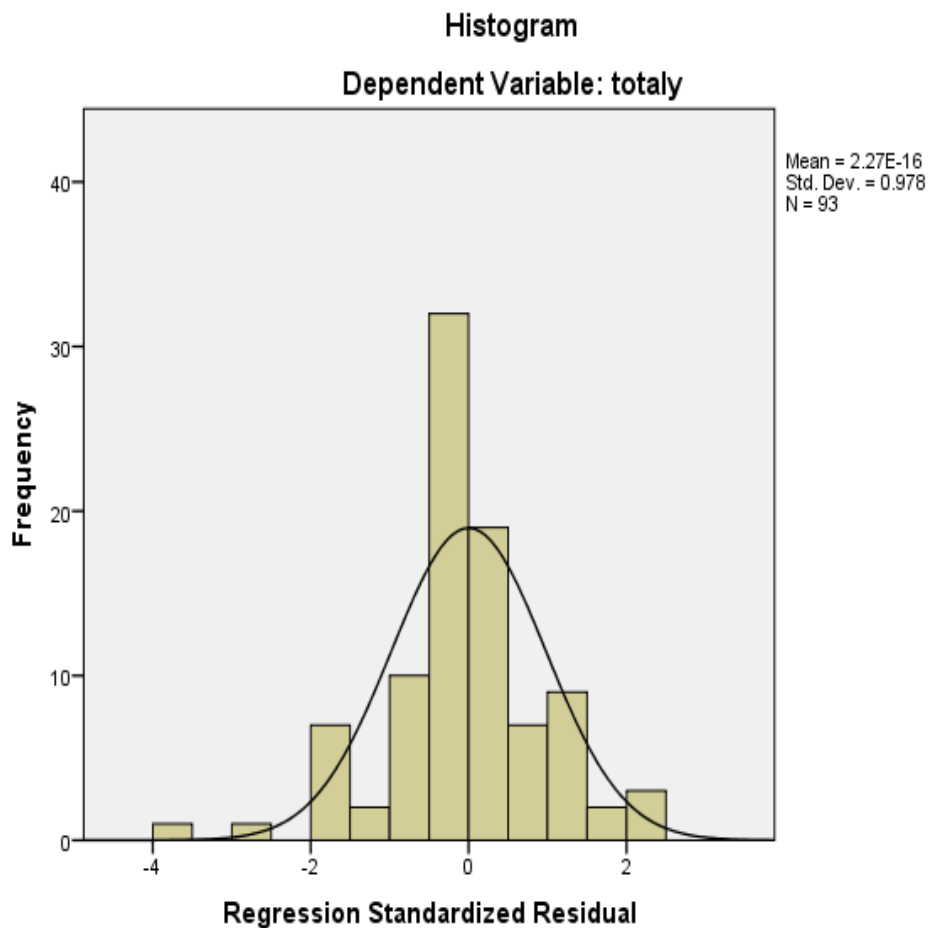
b. Calculated from data.

*Sumber : Data Output SPSS 21.0*

Data tabel di atas menunjukkan bahwa distribusi pada penelitian ini berdistribusi Normal setelah dilakukannya uji pada data SPSS.2.1 kemudian cara mendeteksi bahwa data penelitian ini berdistribusi normal bisa dilihat dengan analisis grafik histogram yang dimana dalam grafik tersebut membandingkan data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

Penyajian grafik pada penelitian ini sebagai berikut :

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas (Histogram)**

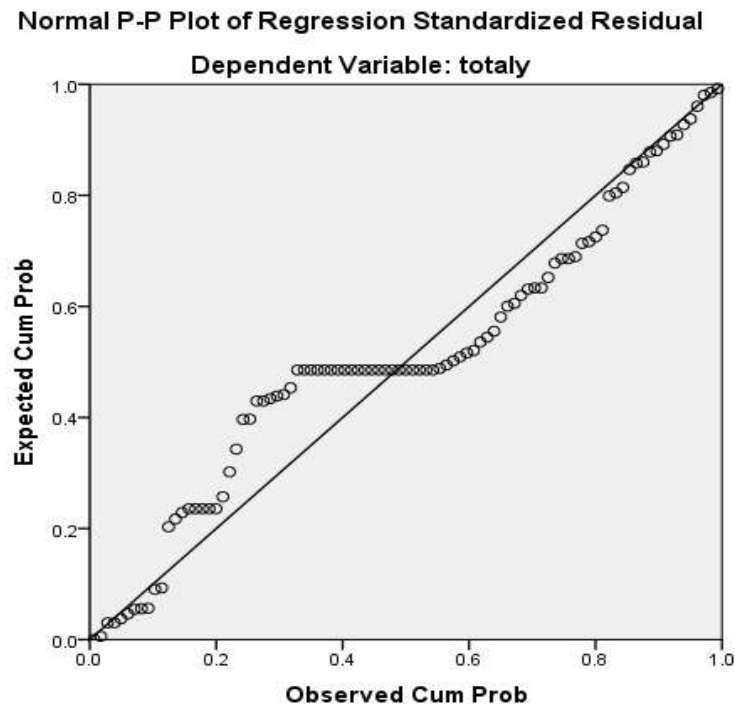


*Sumber: Data Output SPSS 21.0*

Dari grafik histogram di atas menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal dikarenakan pola distribusi yang normal tidak terjadi kemiringan dan selaras dengan diagonalnya, sehingga disimpulkan bahwa distribusi data penelitian ini telah memenuhi syarat pada uji normalitas data.

Kemudian hasil dari grafik *Probability Plot* dari program *SPSS For Windows Versi 21* adalah sebagai berikut :

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas**



*Sember : Data Outout SPSS 21.0*

Berdasarkan grafik tersebut, terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, dan penyebaran titik-titik tersebut mengikuti arah garis diagonal. Model regresi ini layak digunakan, karena apabila data menyebar disekitar garis diagonal, maka hal ini memenuhi syarat asumsi normalitas.

b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolienaritas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen. Untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dalam satu model regresi salah satunya adalah dengan melihat toleransi dan lawanya, dan *Variance Inflation Factor* (FIV). Jika hasil nilai VIF menunjukkan nilai tolerance

$<0.10$  atau sama dengan  $VIF >10$ , maka menunjukkan adanya multikolinearitas antar variabel dalam model regresi. Dan jika nilai toleransi  $>0.10$  atau sama dengan nilai  $VIF <10$ , maka menunjukkan tidak ada multikolinearitas antar variabel dalam model regresi.

**Tabel 4.13**

**Hasil Uji Multikolinearitas**

*Sumber : Hasil Penelitian*

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Prespsi kemudahan penggunaan ( $X_1$ )	0,489	2.043	Tidak terjadi Multikolinearitas
Prespsi Daya Guna ( $X_2$ )	0,505	2.982	Tidak terjadi multikolinearitas
Kenyamanan ( $X_3$ )	0,460	2.173	Tidak terjadi Multikolinearitas
Kepercayaan ( $X_4$ )	0,498	2.009	Tidak terjadi Multikolinearitas

Berdasarkan tabel data di atas menunjukkan bahwa, terlihat perhitungan nilai *Tolerance* menunjukkan bahwa tidak adanya variabel independen yang memiliki nilai kurang dari 0,10 dimana pada penelitian ini mendapatkan nilai 0,498 untuk variabel Prespsi Kemudahan Penggunaan, 0,505 untuk variabel persepsi Daya Guna, 0,460 untuk variabel Kenyamanan, 0,498 untuk variabel Kepercayaan dan nilai VIF dari masing-masing variabel menunjukkan kurang dari 10 sehingga hal ini dinyatakan bahwa penelitian ini dinyatakan bebas dari Multikolinearitas.

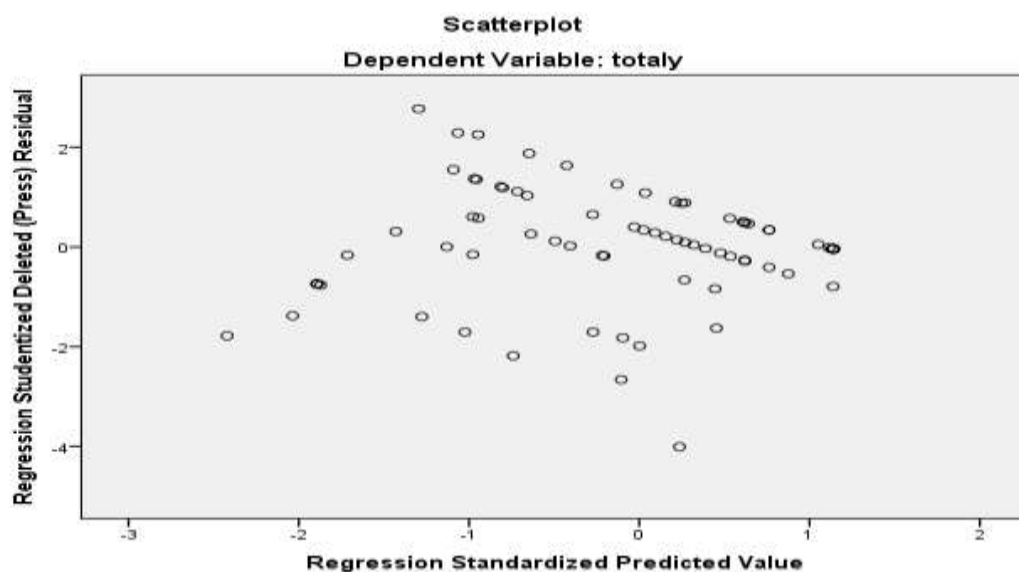
c) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas menyebabkan penaksiran atau estimator menjadi tidak efisien dan nilai koefisien determinasi akan menjadi sangat tinggi.

Pada penelitian ini untuk mengetahui asumsi ini dapat dilihat dari penyajian grafik *Scatterplot* berikut ini :

**Gambar 4.3**

**Hasil Uji Asumsi Klasik Heterokedastisitas**



Sumber :Data Output SPSS 21.0

Grafik *Scatterplot* di atas menunjukkan bahwa titik-titik tersebut cenderung menyebar dan tidak berpola atau berbentuk dengan beraturan, sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi Heterroskedastisitas.

6. Uji Regresi Berganda



Analisis regresi berganda adalah pengembangan dari analisis regresi linier sederhana. Kegunaannya yaitu untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y) apabila variabel minimal dua atau lebih. Analisis regresi berganda dilakukan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat.

**Tabel 4.14**

**Hasil Perhitungan Regresi Berganda**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.636	2.071		2.239	.028		
	totalx1	.030	.111	.029	.273	.786	.504	1.984
	totalx2	.193	.107	.190	1.794	.076	.492	2.031
	totalx3	.476	.113	.466	4.200	.000	.450	2.221
	totalx4	.118	.099	.126	1.186	.239	.491	2.037

a. Dependent Variable: totaly

*Sumber : Data Output SPSS 21.0*

Berdasarkan tabel data uji regresi di atas, maka bentuk persamaan regresi dari model tersebut adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$= 4.636 + 0.030X_1 + 0.193X_2 + 0.476X_3 + 0.118X_4 + e$$

Dari persamaan diatas menunjukan bahwa keempat variabel (persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, kenyamanan, kepercayaan ) memiliki arah positif

terhadap variabel dependen (minat nasabah). Hasil perhitungan diatas dijelaskan dengan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 4.636 ini diartikan jika variabel independen yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, kenyamanan, kepercayaan diasumsikan bernilai 0 maka keputusan minat akan meningkat sebesar 4.636.
- b. Nilai koefisien regresi persepsi kemudahan penggunaan ( $X_1$ ) sebesar 0.030 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan arti bahwa jika persepsi kemudahan penggunaan mempunyai hubungan baik, maka variabel minat (Y) akan meningkat 0.030
- c. Nilai koefisien regresi persepsi daya guna ( $X_2$ ) sebesar 0.193 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan arti bahwa jika persepsi daya guna mempunyai hubungan baik, maka variabel minat (Y) akan meningkat 0.193
- d. Nilai koefisien regresi Kenyamanan ( $X_3$ ) sebesar 0.476 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan arti bahwa jika Kenyamanan mempunyai hubungan baik, maka variabel minat (Y) akan meningkat 0.476
- e. Nilai koefisien regresi Kepercayaan ( $X_4$ ) sebesar 0.118 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan arti bahwa jika Kepercayaan mempunyai hubungan baik, maka variabel minat (Y) akan meningkat 0.118.

## 7. Uji Hipotesis

- a) Uji F (simultan)

Uji F atau uji koefisiensi regresi secara serentak, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.

Hasil datanya dapat dilihat dari tabel berikut ini :

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	166.904	4	41.726	23.193	.000 <sup>b</sup>
	Residual	158.322	88	1.799		
	Total	325.226	92			

a. Dependent Variable: totaly

b. Predictors: (Constant), totalx4, totalx1, totalx2, totalx3

*Sumber :Data Output SPSS 21.0*

Berdasarkan hasil uji Anova ( *Analysis Of varians* ) atau F test diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, kenyamanan, kepercayaan. Secara simultan terhadap minat sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai  $F_{hitung} 23.193 > F_{tabel}$  yaitu 2.475 sehingga disimpulkan bahwa variabel Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, kenyamanan, kepercayaan. Secara serempak berpengaruh secara signifikan terhadap Y (minat nasabah).

## b) Uji T ( Parsial)

Uji t untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.

Hasil datanya dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Parsial (Uji T)**

		Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.636	2.071		2.239	.028		
	totalx1	.030	.111	.029	.273	.786	.504	1.984
	totalx2	.193	.107	.190	1.794	.076	.492	2.031
	totalx3	.476	.113	.466	4.200	.000	.450	2.221
	totalx4	.118	.099	.126	1.186	.239	.491	2.037

a. Dependent Variable: totaly

Sumber : Data Output SPSS 21.0

Berdasarkan hasil perhitungan statistic di atas, uji t dari 4 variabel X

apabila dimasukkan dalam regresi terlihat :

- 1) Diketahui persepsi kemudahan penggunaan ( $X_1$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  0.273 <  $t_{tabel}$  1.662 dan nilai signifikansi (sig) 0.786 lebih besar dari nilai  $\alpha$  0.05. artinya  $0.786 > 0.05$ . dengan ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah.
- 2) Diketahui persepsi daya guna ( $X_2$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  1.794 >  $t_{tabel}$  1.662 dan nilai signifikansi (sig) 0.076 lebih besar dari nilai  $\alpha$  0.05. artinya  $0.076 > 0.05$ .

dengan ini menunjukkan bahwa variabel persepsi daya guna berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah.

- 3) Diketahui kenyamanan ( $X_3$ ) diperoleh  $t_{hitung} 4.200 > t_{tabel} 1.662$  dan nilai signifikansi (sig) 0.000 lebih besar dari nilai  $\alpha$  0.05. artinya  $0.000 < 0.05$  dengan ini menunjukkan bahwa variabel kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.
- 4) Diketahui kepercayaan ( $X_4$ ) diperoleh  $t_{hitung} 1.186 > t_{tabel} 1.662$  dan nilai signifikansi (sig) 0.239 lebih besar dari nilai  $\alpha$  0.05. artinya  $0.239 > 0.05$ . dengan ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah.

#### 8. Uji Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai persentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat berikut. Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistic SPSS 21.0 for windows didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut :

**Tabel 4.16**

#### **Hasil Uji Koefisien Determinasi**

##### **Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.716 <sup>a</sup>	.513	.491	1.34131

a. Predictors: (Constant), kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, kenyamanan

*Sumber : Data Output SPSS21.0*

Tabel di atas menunjukkan bahwa besar persentase yang dihasilkan yaitu pada kolom *Adjusted R Square* sebesar 0.491, ini diartikan sebagai persentase atau variasi kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 49,1 % sedangkan sisanya yaitu sebesar (100% - 49,1% = 50.9 %). Jadi sebesar 50.1% merupakan variabel-variabel lain yang dapat memengaruhi minat nasabah yang dimana variabel tersebut tidak diteliti pada penelitian ini.

### **C. Pembahasan**

#### 1. Presepsi kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Layanan mobile Banking pada Bank Mandiri Syariah Palu

Presepsi kemudahan penggunaan, didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. konsep ini mencakup kejelasan tujuan IT dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai.<sup>49</sup>

Berdasarkan hasil uji statistik variabel persepsi daya guna memperoleh nilai  $t_{hitung} 0.273 < t_{tabel} 1.662$  dan nilai signifikansi (sig) 0.786 lebih besar dari nilai  $\alpha 0.05$ . artinya  $0.786 > 0.05$ . dengan ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah (Y).

---

<sup>49</sup> Davis, *perceived Usefilnes, Perceived Ease of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology. MS Quarterly (online) vol.3, pg 318.1989*

Hal ini mengindikasikan bahwa Persepsi kemudahan penggunaan yang terdapat pada salah satu faktor yang mendorong nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking belum maksimal untuk mendorong nasabah dalam menggunakan layanan tersebut. Hasil ini ditunjukkan dari kuesioner yang telah dibagikan. Walaupun banyak yang memberikan respon positif dalam memberikan jawabannya. Namun masih banyak yang menyatakan kurang setuju atau cenderung negatif atas jawaban yang diberikan

## 2. Persepsi Daya Guna Terhadap Minat Nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking pada Bank Mandiri Syariah Palu

Persepsi Daya guna atau kebermanfaatan yaitu tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan sesuatu sistem akan meningkatkan kinerjanya.<sup>50</sup>

Berdasarkan hasil uji statistik pada variabel Persepsi Daya guna diperoleh  $t_{hitung} 1.794 > t_{tabel} 1.662$  dan nilai signifikansi (sig)  $0.076$  lebih besar dari nilai  $\alpha 0.05$ . artinya  $0.076 > 0.05$ . dengan ini menunjukkan bahwa variabel persepsi daya guna berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah (Y)

Hal ini mengindikasikan bahwa Persepsi Daya Guna yang terdapat pada salah satu faktor yang mendorong nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking belum maksimal untuk mendorong nasabah dalam menggunakan layanan tersebut. Hasil ini ditunjukkan dari kuesioner yang telah dibagikan. Walaupun banyak yang memberikan respon positif dalam memberikan jawabannya. Namun masih banyak

---

<sup>50</sup> *Ibid*, h.320

yang menyatakan kurang setuju atau cenderung negativ atas jawaban yang di berikan

### 3.Presepsi Kenyamanan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan layanan mobile banking pada Bank Mandiri Syariah Palu

Mobile banking menyediakan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi yang dimana memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapanpun dan dimanapun.<sup>51</sup>

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda menunjukkan besaran koefisien bertanda positif, artinya kepercayaan berbanding lurus atau searah terhadap minat nasabah. Variabel Kenyamanan diperoleh  $t_{hitung} 4.200 > t_{tabel} 1.662$  dan nilai signifikansi (sig) 0.000 lebih kecil dari nilai  $\alpha 0.05$ . artinya  $0.000 < 0.05$  dengan ini menunjukkan bahwa variabel kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

Hal ini membuktikan bahwa kenyamanan berpengaruh pada minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking. Faktor kenyamanan sangat menguntungkan untuk nasabah dimana mobile banking memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan membuat nasabah bisa lebih nyaman tanpa harus datang langsung ke bank dan melakukan antrian. Mobile banking dapat diakses dimana saja dan kapan saja.

### 4.Presepsi Kepercayaan terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking pada Bank Mandiri Syariah Palu

---

<sup>51</sup> *W.C.Poon, Op.cit, h 157*



Kepercayaan sangat penting bagi kehidupan sehari –hari, begitupun dalam dunia perbankan. Kepercayaan dapat membangun mitra bisnis dalam suatu perusahaan sehingga dapat meningkatkan perekonomian.<sup>52</sup>

Berdasarkan pada hasil uji t pada variabel Kepercayaan diperoleh  $t_{hitung} 1.186 > t_{tabel} 1.662$  dan nilai signifikansi (sig) 0.239 lebih besar dari nilai  $\alpha 0.05$ . artinya  $0.239 > 0.05$ . dengan ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah (Y)

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Evani Khoirunisa (2017), tentang pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada bank BRI Syariah cabang surakarta. Pada penelitan ini menyatakan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

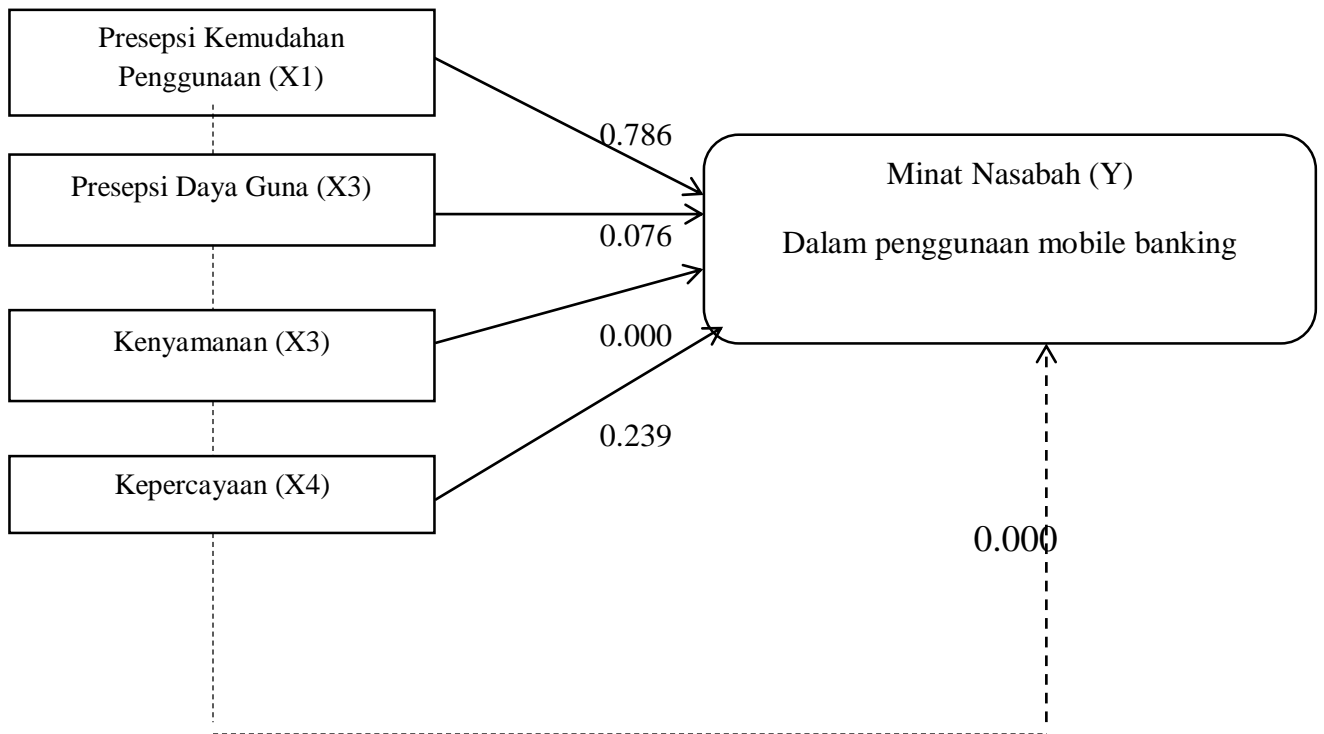
5. Pengaruh Variabel Presepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Presepsi Daya Guna (X2), Kenyamanan (X3), dan Kepercayaan (X4) terhadap minat Nasabah(Y)

Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, kenyamanan dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap minat nasabah berdasarkan pengujian perbandingan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu sebesar  $23.193 > 2.475$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0.05$  hal ini dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima. Yang berarti persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, kenyamanan, dan kepercayaan secara bersamaan memiliki pengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah.

---

<sup>52</sup> Ningtyas,fitri “Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Nasabah dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Surabaya”, Jurnal Of Bussines and Banking Vol.1, No.1, 2011

Gambar pengaruh hasil masing-masing nilai signifikansi dari keempat variabel (X) dan variabel (Y) tersebut sebagai berikut :



#### 6. Minat Nasabah dalam konsep syariah

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Minat juga dapat diartikan sebagai keinginan. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa.

Dengan demikian, pengertian minat atau keinginan adalah “hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik, tetapi mempengaruhi keinginan manusia”. Dalam kamus bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai “keinginan yang kuat kecenderungan hati yang sangat tinggi terhadap sesuatu”.

Menurut Bimo Walgito menyatakan bahwa minat adalah “suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membutuhkan lebih lanjut”.<sup>53</sup>

Minat merupakan keinginan individu untuk melakukan perilaku tertentu sebelum perilaku tersebut dilaksanakan. Adanya minat untuk melakukan suatu tindakan akan menentukan apakah kegiatan tersebut akhirnya akan dilakukan.

Kegiatan yang dilakukan inilah yang disebut dengan perilaku. Dengan demikian perilaku merupakan “niat/minat” yang sudah direalisasikan dalam bentuk tingkah laku yang tampak. Dalam teori tindakan beralasan diuraikan bahwa kehendak/minat dipengaruhi oleh sikap dan norma yang dihubungkan.

---

<sup>53</sup> Ramayulis, *Metodologi Pengajaran Agama Islam*, (Jakarta : Kalam Mulis, 2001).h 84

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking pada Bank Mandiri Syariah Palu. Berdasarkan data yang dikumpulkan dan dianalisis data yang telah dilakukan terhadap 93 sampel responden dengan menggunakan metode regresi berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil nilai statistik t (saecara parsial ), Presepsi kemudahan penggunaan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah, hal ini dapat dilihat dari taraf signifikan bernilai  $0,786 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 0,273 < t_{tabel} 1662$ .
2. Berdasarkan hasil nilai statistik t (saecara parsial ), Presepsi Daya guna berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah, hal ini dapat dilihat dari taraf signifikan bernilai  $0,076 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 1.794 < t_{tabel} 1662$ .
3. Berdasarkan hasil nilai statistik t (saecara parsial ), Kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, hal ini dapat dilihat dari taraf signifikan bernilai  $0,000 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 4.200 < t_{tabel} 1.662$ .
4. Berdasarkan hasil nilai statistik t (saecara parsial ), Kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah, hal ini dapat

dilihat dari taraf signifikan bernilai  $0,239 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 1.186 < t_{tabel} 1.662$ .

5. Berdasarkan hasil pengujian secara statistik F (simultan), Variabel independen ( Presepsi Kemudahan Penggunaan, Presepsi Daya Guna, Kenyamanan, Kepercayaan) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen Minat Nasabah yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $23.193 > 2.475$ ) dan nilai signifikansi =  $0,05$  ( $0.000 < 0.05$ ).

## **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka peneliti menyampaikan saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Presepsi kemudahan penggunaan, presepsi daya guna, dan kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah. Faktor tersebut tidak berpengaruh secara signifikan dan belum sesuai sebaiknya dapat di tingkatkan lagi untuk mendapatkan hasil pelayanan yang memuaskan sesuai keinginan nasabah.
2. Bagi Bank Mandiri Syariah diharapkan untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan bagi nasabah. berdasarkan penelitian ini faktor kenyamanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking.

3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan mendapatkan data berupa wawancara dari beberapa nasabah yang menjadi responden penelitian ini sehingga bisa mendapatkan data yang lebih nyata dan bisa keluar dari pernyataan-pernyataan kuisisioner yang mungkin terlalu sempit.
4. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan layanan tersebut karena dari penelitian ini diketahui hanya 49,1% dan masih kurang 50,1% faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanah,Aiisyiah, “*Faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan internet banking (Studi pada nasabah bank syariah mandiri Yogyakarta)*”.Skripsi S1 yang diterbitkan yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014
- Davis, *perceived Usefilnes,Perceived Ease of Use,And User Acceptance Of Information Tecnology.MS Quartterly (online) vol.3.1989*  
Departemen Agama,Al-Qur’än Dan Terjemahanya,Penerbit Al-Qur’an Hilal,Bandung 2010.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* ed. V, Semarang:Universitas Diponegoro, 2006
- Hasan, Iqbal ,*Pokok-pokok Materi Statistik 1* .Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002
- Nurastuti, Wiji, *Teknologi Perbankan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011
- Khoirunnisa, Evani, *Pengaruh Penggunaan e-Banking,Kepercayaan,dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah bank BNI Syariah Cabang surakarta*,repository.unhas.ac.id, diakses pada tanggal 18 Oktober 2019
- Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah, Jakarta,Rajawali Pers, 2014*
- Prastowo, Andi ,*Memahami metode-Metode Penelitian* .Cet.III,Jogjakarta: Ar-Ruzz Media,2014
- Priyanto, Dwi ,*Analisis Kolerasi,Regresi dan Multivariate*.Cet,I,Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2013
- Purwati, Nisaayu, *Faktor-faktor yang mempengaruhi presepsi terhadapminat nasabah dalam penggunaan mobile banking bank mandiri syariah KCP banda aceh*,repository.unhas.ac.id .diakses pada tanggal 18 Oktober 2019
- Ramayulis,*Metodologi Pengajaran Agama Islam*,Jakarta :Kalam Mulis,2001
- Silvi, Angela Maya, *faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan internet banking pada PT.Bank BRI Makassar*, repository.unhas.ac.id. diakses pada tanggal 18 oktober 2019
- Saputra, joko wahyu, *coustamer service Mandiri Syariah Palu*. Wawancara.Palu. 1 November 2019
- Soemitra,Andi, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, Ed.Pertama.Jakarta, Kencana.2009.

Siregar, Sofiyon *Statistik Perametik untuk penelitian kuantitatif: dilengkapi dengan perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Cet.3: Jakarta: Bumi Aksara, 2015

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung, Alfab

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2010

Umar, Husen, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2011

QS. An-Najm [53]: 99-40, diakses tanggal 15 April 2019

Sujawerni, Wiratna V, *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Pustaka Baru Perss, Yogyakarta, 2015

Sumber: <http://finansial.bisnis.com> berita dan informasi terbaru Ekonomi, Perbankan Online. Diakses tanggal 12 september 2019

Winarno, Agus Wahyu, *Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptence Model (TAM) Apoarch Modifed)*, e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 2017

Wibiadillah, Ikbal, *Pengaruh Keuangan, Kemudahan, Resiko dan kualitas layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking pada PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Solo*, Skripsi S1 yang diterbitkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2016

Tentang Syariah Mandiri. online di [www.Syariahmandiri.co.id](http://www.Syariahmandiri.co.id) diakses tanggal 21 Januari 2020

**PENGARUH PRESEPSI NASABAH TERHADAP MINAT  
MENGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANGKING PADA BANK  
MANDIRI SYARIAH PALU**

---



## **KUESIONER PENELITIAN**

**Identitas responden :**

Nama :

Jenis kelamin :

Usia :

Profesi/ pekerjaan :

**Petunjuk pengisian Kuesioner :**

1. Pilihlah salah satu jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan pendapat anda.
2. Berilah tanda centang ( ✓ ) pada salah satu jawaban yang sudah tersedia
3. Bila anda keliru dalam memberi tanda centang ( ✓ ) , coretlah tanda centang tersebut, kemudian berilah tanda centang ( ✓ ) , pada jawaban yang sebenarnya anda pilih
4. Tak ada jawaban anda yang salah sepanjang hal tersebut benar-benar sesuai dengan keadaan diri dan perasaan anda.

**Keterangan :**

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

**Presepsi Kemudahan Penggunaan (X1)**

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS

1	Mobile banking sangat mudah di pahami					
2	Mobile banking memudahkan transaksi yang di inginkan					
3	Mobile banking sangat mudah untuk dioprasikan					
4	Website Mobile banking mudah dipelajari					
5	Mobile banking memproses transaksi dengan cepat kapanpun dan dimanapun					

### Presepsi Daya Guna (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Transaksi Mobile banking memudahkan nasabah dalam bertransaksi					
2	Mobile banking meningkatkan manfaat penggunaan bagi nasabah					
3	Mobile banking efesien bagi nasabah					
4	Mobile banking dapat meningkatkan pengetahuan pengguna					

5	Mobile banking dapat mempercepat waktu transaksi					
---	--	--	--	--	--	--

### **Kenyamanan (X3)**

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Nasabah dapat mengakses dimanapun dan kapanpun					
2	Nasabah tidak perlu mengantri					
3	Menggunakan Mobile banking menghemat waktu					
4	Menggunakan Mobile banking prosesnya lebih cepat					
5	Menggunakan Mobile banking bermanfaat dalam memperoleh informasi secara cepat dalam setiap transaksi nasabah					

### **Kepercayaan (X4)**

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Mobile banking dapat diandalkan					
2	Mobile banking dapat dipercaya					

3	Penggunaan Mobile banking lebih efisien dan aman					
4	Mendapat jaminan keamanan dari sistem Mobile banking ( terdapat key bank untuk verifikasi nomor sandi)					
5	Mobile banking dapat memberikan manfaat yang maksimal sesuai kebutuhan nasabah					

#### **Minat Nasabah (Y)**

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Dorongan untuk terus menggunakan Mobile banking dimasa yang akan datang					
2	Mobile banking sesuai dengan gaya hidup dan kebutuhan perbankan nasabah					
3	Mobile banking dapat memenuhi tuntutan profesi					
4	Banyak jenis transaksi yang bisa dilakukan dengan menggunakan Mobile banking					

5	Tertarik menggunakan Mobile banking karena syarat dan ketentuan mudah					
---	---	--	--	--	--	--

Lampiran 2 : Tabel R

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

<b>86</b>	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
<b>87</b>	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
<b>88</b>	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
<b>89</b>	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
<b>90</b>	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
<b>91</b>	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
<b>92</b>	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
<b>93</b>	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
<b>94</b>	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
<b>95</b>	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
<b>96</b>	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
<b>97</b>	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
<b>98</b>	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
<b>99</b>	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
<b>100</b>	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 3 hasil tabulasi data

**A. Variabel persepsi kemudahan penggunaan**

No. RESP	NOMOR PERNYATAAN X1 PRESEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN					JUMLAH
	1	2	3	4	5	
1	5	5	5	5	5	25
2	5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	5	25
7	5	5	5	5	4	24
8	5	5	5	3	4	22
9	5	5	5	5	4	24
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	5	25
12	5	5	5	5	5	25
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	5	25
17	5	5	5	5	5	25
18	4	5	4	5	5	23
19	4	5	5	5	4	23
20	4	4	4	4	4	20
21	5	5	4	4	5	23
22	5	4	5	5	5	24
23	4	5	5	5	5	24
24	5	5	5	4	5	24
25	5	5	5	5	4	24
26	5	5	5	5	5	25
27	5	5	4	5	5	24
28	5	4	4	4	5	22
29	4	4	4	4	4	20
30	5	5	5	5	5	25
31	4	5	5	5	5	24
32	5	5	5	4	5	24
33	5	5	5	5	4	24



34	5	5	5	5	5	25
35	5	4	4	4	4	21
36	5	5	5	5	5	25
37	5	5	5	5	5	25
38	5	5	5	5	5	25
39	4	5	5	4	5	23
40	5	5	4	4	5	23
41	4	4	4	4	4	20
42	5	5	5	5	4	24
43	4	5	5	5	5	24
44	5	5	5	5	5	25
45	5	5	5	5	5	25
46	4	4	5	5	5	23
47	5	5	4	5	5	24
48	5	5	5	5	5	25
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	5	5	22
51	4	4	4	4	4	20
52	5	5	5	4	4	23
53	4	4	4	5	5	22
54	4	4	4	4	4	20
55	5	5	5	5	5	25
56	5	5	5	4	4	23
57	5	5	4	4	4	22
58	5	5	5	5	4	24
59	4	4	4	4	4	20
60	5	5	5	5	5	25
61	5	5	5	5	4	24
62	5	4	4	4	4	21
63	5	5	5	5	5	25
64	4	4	5	5	4	22
65	5	5	5	4	4	23
66	4	4	4	5	5	22
67	4	5	5	5	5	24
68	4	4	4	5	5	22
69	4	4	4	4	4	20
70	5	5	5	4	4	23
71	5	5	5	5	5	25
72	4	4	4	4	4	20
73	5	5	5	5	5	25
74	5	5	5	5	5	25

75	4	4	4	4	4	20
76	5	5	5	5	5	25
77	4	4	4	4	4	20
78	4	4	5	4	4	21
79	5	5	5	5	4	24
80	4	4	4	4	4	20
81	5	5	5	5	4	24
82	5	4	4	4	5	22
83	5	4	4	4	4	21
84	4	4	4	4	5	21
85	4	4	5	5	5	23
86	5	5	5	5	5	25
87	5	4	4	4	4	21
88	4	4	4	5	5	22
89	5	5	5	4	4	23
90	4	4	4	4	5	21
91	4	4	5	5	5	23
92	5	5	5	4	4	23
93	4	4	5	5	4	22

## B. Variabel Presepsi Daya Guna

No resp	NOMOR PERNYATAAN X2 PRESEPSI DAYA GUNA					JUMLAH
	1	2	3	4	5	
1	5	5	5	5	5	25
2	5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	5	25
7	5	5	4	5	5	24
8	5	5	4	4	5	23
9	5	5	2	2	4	18
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	5	25
12	5	5	5	5	5	25
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	5	5	5	25

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

57	5	5	5	5	3	23
58	5	5	5	5	4	24
59	5	5	5	5	4	24
60	5	5	5	5	5	25
61	5	5	5	4	5	24
62	4	4	4	4	4	20
63	5	4	4	4	4	21
64	4	5	4	5	4	22
65	4	5	5	5	5	24
66	5	5	5	4	4	23
67	5	5	5	4	4	23
68	4	4	5	5	5	23
69	4	4	4	4	3	19
70	5	4	4	5	5	23
71	4	5	5	5	4	23
72	4	4	4	4	4	20
73	5	5	5	5	5	25
74	5	5	5	5	5	25
75	4	5	5	5	3	22
76	4	4	4	5	5	22
77	5	5	5	5	5	25
78	5	5	5	4	4	23
79	5	5	5	5	4	24
80	5	5	5	5	4	24
81	5	5	5	5	4	24
82	4	5	5	5	4	23
83	4	5	5	5	4	23
84	4	4	4	4	4	20
85	4	5	4	5	4	22
86	5	5	5	5	5	25
87	5	5	4	4	4	22
88	5	5	5	4	4	23
89	4	4	5	5	4	22
90	4	4	4	4	5	21
91	4	5	4	5	5	23
92	5	4	4	4	5	22
93	5	4	4	4	4	21

### C. Variabel Kenyamanan

No resp	NOMOR PERNYATAAN X3 KENYAMANAN					JUMLAH
	1	2	3	4	5	
1	5	5	5	5	5	25
2	5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	5	25
7	4	5	5	5	5	24
8	4	3	5	5	4	21
9	5	4	4	4	5	22
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	5	25
12	5	5	5	5	5	25
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	5	25
17	3	5	5	5	4	22
18	4	4	4	4	4	20
19	4	5	5	4	4	22
20	4	4	4	4	4	20
21	5	5	5	4	4	23
22	4	5	5	5	5	24
23	5	5	5	4	5	24
24	4	5	5	5	5	24
25	5	5	5	5	4	24
26	5	4	5	5	5	24
27	5	4	5	5	5	24
28	5	5	5	5	5	25
29	4	4	4	5	5	22
30	5	5	5	5	5	25
31	5	5	5	5	5	25
32	5	5	5	4	5	24
33	5	5	5	5	4	24
34	3	4	4	4	5	20
35	4	4	4	4	4	20
36	5	5	5	5	5	25

37	5	5	5	5	5	25
38	5	5	5	5	5	25
39	5	5	4	5	5	24
40	5	5	5	4	4	23
41	4	4	4	4	4	20
42	4	5	5	5	5	24
43	4	5	5	4	3	21
44	5	5	5	5	5	25
45	5	5	5	5	5	25
46	4	5	5	5	5	24
47	4	4	5	5	5	23
48	5	5	5	5	5	25
49	4	4	4	4	4	20
50	5	5	4	4	4	22
51	5	5	4	5	4	23
52	5	4	5	4	5	23
53	5	5	4	4	5	23
54	4	4	4	4	4	20
55	5	5	5	5	5	25
56	4	4	4	5	5	22
57	5	5	5	5	5	25
58	5	5	5	5	5	25
59	5	5	5	5	5	25
60	5	5	5	5	5	25
61	5	5	5	4	4	23
62	4	4	4	4	5	21
63	5	5	4	4	4	22
64	5	5	4	5	5	24
65	5	5	5	4	4	23
66	4	4	4	4	5	21
67	4	4	4	4	4	20
68	5	5	3	5	5	23
69	4	4	4	4	4	20
70	4	4	4	4	5	21
71	4	5	5	5	5	24
72	4	4	3	4	4	19
73	5	5	5	5	5	25
74	5	5	5	5	5	25
75	4	5	5	5	5	24
76	5	5	5	4	4	23
77	4	4	4	4	4	20

78	5	5	5	4	4	23
79	5	5	5	5	4	24
80	5	5	5	5	4	24
81	5	5	5	5	4	24
82	5	4	4	4	4	21
83	4	4	4	4	4	20
84	4	5	5	5	4	23
85	4	4	4	4	4	20
86	5	5	5	5	5	25
87	4	4	4	4	5	21
88	4	4	4	4	5	21
89	4	4	5	5	4	22
90	5	5	5	4	4	23
91	5	4	4	4	4	21
92	4	5	5	5	4	23
93	5	4	5	5	5	24

#### D. Variabel Kepercayaan

No resp	NO PERNYATAAN X4 KEPERCAYAAN					JUMLAH
	1	2	3	4	5	
1	5	5	5	5	5	25
2	5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	4	5	24
7	4	4	4	4	5	21
8	4	5	5	5	5	24
9	2	4	5	5	5	21
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	5	25
12	5	5	5	5	5	25
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	5	25
17	3	3	5	5	5	21
18	4	3	4	4	3	18
19	4	5	5	4	4	22

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



61	5	5	5	5	5	25
62	5	4	4	4	4	21
63	5	5	5	5	5	25
64	4	4	4	5	5	22
65	4	4	4	4	5	21
66	4	4	4	4	5	21
67	5	5	5	4	5	24
68	5	5	5	4	4	23
69	4	4	4	4	4	20
70	4	4	4	3	4	19
71	5	5	5	3	4	22
72	4	4	4	2	4	18
73	4	4	4	5	5	22
74	5	5	5	5	5	25
75	4	5	5	5	5	24
76	5	5	5	5	5	25
77	5	5	5	5	5	25
78	5	4	4	4	5	22
79	4	5	5	5	4	23
80	4	4	4	5	5	22
81	5	5	5	5	5	25
82	4	4	4	5	4	21
83	4	5	5	5	5	24
84	4	4	4	5	5	22
85	5	5	5	4	4	23
86	5	5	5	5	5	25
87	4	4	5	5	5	23
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	5	5	4	22
90	4	4	5	5	5	23
91	4	4	4	4	5	21
92	5	4	4	5	5	23
93	4	4	5	5	5	23

**E. Variabel Y Minat Nasabah**

NOMOR PRNYATAAN Y MINAT NASABAH					JUMLAH
1	2	3	4	5	
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25



5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
5	5	5	4	5	24
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
5	5	5	4	5	24
4	5	5	5	5	24
4	4	5	5	5	23
4	4	4	5	5	22
4	4	5	5	5	23
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
4	4	3	4	4	19
5	5	4	3	5	22
4	4	4	3	4	19
4	4	4	2	4	18
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	5	23
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	5	23
4	5	5	5	5	24
5	5	5	4	4	23

4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
5	5	4	4	5	23
4	5	5	5	5	24
5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	4	24

Lampiran 4 Uji Validitas

**A. Variabel Presepsi Kemudahan Penggunaan**

		Correlations					
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	totalx1
x1.1	Pearson Correlation	1	.671**	.456**	.187	.161	.672**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.073	.124	.000
	N	93	93	93	93	93	93
x1.2	Pearson Correlation	.671**	1	.693**	.408**	.298**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.004	.000
	N	93	93	93	93	93	93
x1.3	Pearson Correlation	.456**	.693**	1	.517**	.227*	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.029	.000
	N	93	93	93	93	93	93
x1.4	Pearson Correlation	.187	.408**	.517**	1	.528**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.073	.000	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
x1.5	Pearson Correlation	.161	.298**	.227*	.528**	1	.614**
	Sig. (2-tailed)	.124	.004	.029	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93
totalx1	Pearson Correlation	.672**	.837**	.790**	.733**	.614**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93

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

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

**B. Variabel Presepsi daya Guna**

		Correlations					
		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	totalx2
x2.1	Pearson Correlation	1	.600**	.344**	.144	.276**	.633**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.170	.008	.000
	N	93	93	93	93	93	93

x2.2	Pearson Correlation	.600**	1	.467**	.439**	.202	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.052	.000
	N	93	93	93	93	93	93
x2.3	Pearson Correlation	.344**	.467**	1	.717**	.291**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.005	.000
	N	93	93	93	93	93	93
x2.4	Pearson Correlation	.144	.439**	.717**	1	.377**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.170	.000	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
x2.5	Pearson Correlation	.276**	.202	.291**	.377**	1	.638**
	Sig. (2-tailed)	.008	.052	.005	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93
totalx2	Pearson Correlation	.633**	.729**	.795**	.765**	.638**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93

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

### C. Variabel Kenyamanan (X3)

#### Correlations

	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	totalx3	
x3.1	Pearson Correlation	1	.524**	.368**	.283**	.254*	.686**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.006	.014	.000
	N	93	93	93	93	93	93
x3.2	Pearson Correlation	.524**	1	.566**	.454**	.208*	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.046	.000
	N	93	93	93	93	93	93
x3.3	Pearson Correlation	.368**	.566**	1	.542**	.222*	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.033	.000
	N	93	93	93	93	93	93
x3.4	Pearson Correlation	.283**	.454**	.542**	1	.509**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
x3.5	Pearson Correlation	.254*	.208*	.222*	.509**	1	.610**
	Sig. (2-tailed)	.014	.046	.033	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93
totalx3	Pearson Correlation	.686**	.765**	.753**	.771**	.610**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93

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

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

#### D. Variabel Kepercayaan (X4)

		Correlations					
		x4.1	x4.2	x4.3	x4.4	x4.5	totalx4
x4.1	Pearson Correlation	1	.714**	.403**	.244*	.224*	.700**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.019	.031	.000
	N	93	93	93	93	93	93
x4.2	Pearson Correlation	.714**	1	.674**	.395**	.341**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000
	N	93	93	93	93	93	93
x4.3	Pearson Correlation	.403**	.674**	1	.618**	.489**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
x4.4	Pearson Correlation	.244*	.395**	.618**	1	.614**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.019	.000	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
x4.5	Pearson Correlation	.224*	.341**	.489**	.614**	1	.684**
	Sig. (2-tailed)	.031	.001	.000	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93
totalx4	Pearson Correlation	.700**	.829**	.827**	.757**	.684**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93

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

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

#### E. Variabel Minat Nasabah (Y)

		Correlations					
		y1	y2	y3	y4	y5	totaly
y1	Pearson Correlation	1	.624**	.449**	.282**	.313**	.675**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.006	.002	.000
	N	93	93	93	93	93	93
y2	Pearson Correlation	.624**	1	.692**	.457**	.539**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
y3	Pearson Correlation	.449**	.692**	1	.594**	.635**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
y4	Pearson Correlation	.282**	.457**	.594**	1	.589**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000		.000	.000

	N	93	93	93	93	93	93
	Pearson Correlation	.313**	.539**	.635**	.589**	1	.776**
y5	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93
	Pearson Correlation	.675**	.833**	.858**	.772**	.776**	1
Totally	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93

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

## Lampiran 5 Uji Reliabilitas

### A. Variabel Presepsi Kemudahan Penggunaan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.778	.780	5

### B. Variabel Presepsi Daya Guna

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.751	.758	5

### C. Variabel Kenyamanan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.762	.764	5

### D. Variabel Kepercayaan

#### Reliability Statistics



Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.811	.817	5

### E. Variabel Y (Minat Nasabah )

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.835	.843	5

Lampiran 6 : Tabel T

df=(n-k)	$\alpha = 0.05$	$\alpha = 0.025$
1	6,314	12,706
2	2,920	4,303
3	2,353	3,182
4	2,132	2,776
5	2,015	2,571
6	1,943	2,447
7	1,895	2,365
8	1,860	2,306
9	1,833	2,262
10	1,812	2,228
11	1,796	2,201
12	1,782	2,179
13	1,771	2,160

14	1,761	2,145
15	1,753	2,131
16	1,746	2,120
17	1,740	2,110
18	1,734	2,101
19	1,729	2,093
20	1,725	2,086
21	1,721	2,080
22	1,717	2,074
23	1,714	2,069
24	1,711	2,064
25	1,708	2,060
26	1,706	2,056
27	1,703	2,052
28	1,701	2,048
29	1,699	2,045
30	1,697	2,042
31	1,696	2,040
32	1,694	2,037
33	1,692	2,035
34	1,691	2,032
35	1,690	2,030
36	1,688	2,028
37	1,687	2,026
38	1,686	2,024
39	1,685	2,023
40	1,684	2,021
41	1,683	2,020
42	1,682	2,018

43	1,681	2,017
44	1,680	2,015
45	1,679	2,014
46	1,679	2,013
47	1,678	2,012
48	1,677	2,011
49	1,677	2,010
df=(n-k)	$\alpha = 0.05$	$\alpha = 0.025$
51	1,675	2,008
52	1,675	2,007
53	1,674	2,006
54	1,674	2,005
55	1,673	2,004
56	1,673	2,003
57	1,672	2,002
58	1,672	2,002
59	1,671	2,001
60	1,671	2,000
61	1,670	2,000
62	1,670	1,999
63	1,669	1,998
64	1,669	1,998
65	1,669	1,997
66	1,668	1,997
67	1,668	1,996
68	1,668	1,995
69	1,667	1,995
70	1,667	1,994
71	1,667	1,994

Lamoiran 7 Uji

Asumsi Klasik

72	1,666	1,993
73	1,666	1,993
74	1,666	1,993
75	1,665	1,992
76	1,665	1,992
77	1,665	1,991
78	1,665	1,991
79	1,664	1,990
80	1,664	1,990
81	1,664	1,990
82	1,664	1,989
83	1,663	1,989
84	1,663	1,989
85	1,663	1,988
86	1,663	1,988
87	1,663	1,988
88	1,662	1,987
89	1,662	1,987
90	1,662	1,987
91	1,662	1,986
92	1,662	1,986
93	1,661	1,986
94	1,661	1,986
95	1,661	1,985
96	1,661	1,985
97	1,661	1,985
98	1,661	1,984
99	1,660	1,984

A. Uji


Normalitas

B. Uji

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

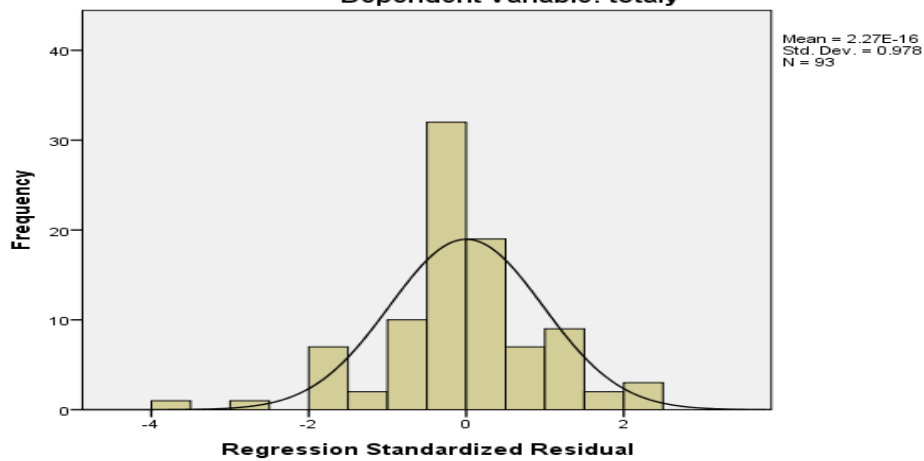
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.636	2.071		2.239	.028		
	totalx1	.030	.111	.029	.273	.786	.504	1.984
	totalx2	.193	.107	.190	1.794	.076	.492	2.031
	totalx3	.476	.113	.466	4.200	.000	.450	2.221
	totalx4	.118	.099	.126	1.186	.239	.491	2.037

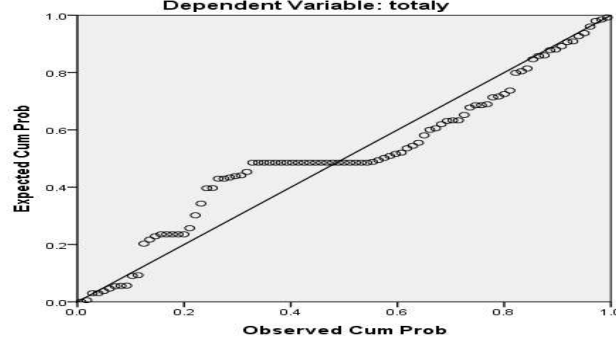
a. Dependent Variable: totaly

**Histogram**

**Dependent Variable: totaly**



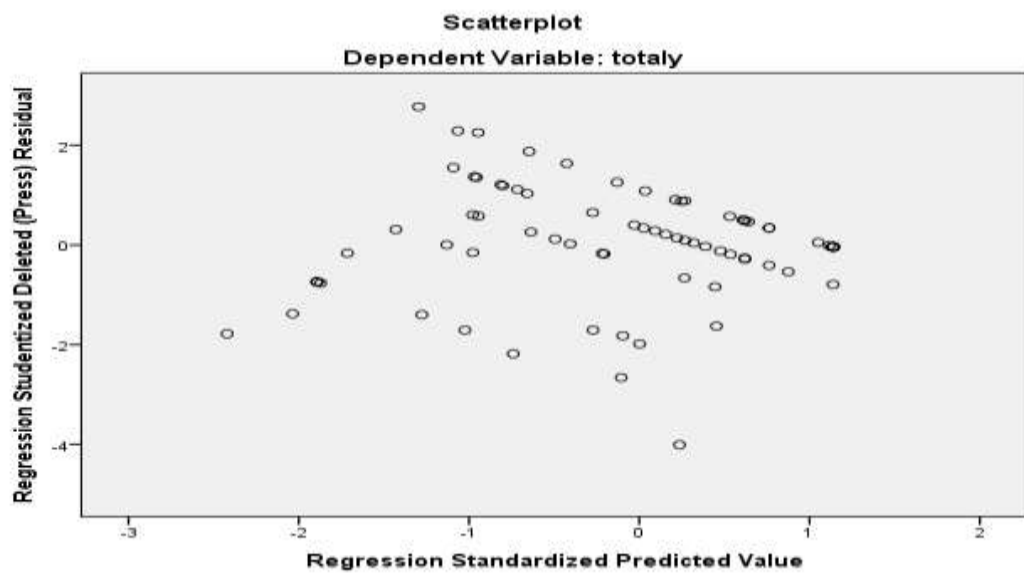
**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**  
Dependent Variable: totaly



**Multikolonieritas**

### C. Uji Heteroskedastisitas

Lampiran 8 hasil uji regresi berganda



Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.636	2.071		2.239	.028		
	totalx1	.030	.111	.029	.273	.786	.504	1.984
	totalx2	.193	.107	.190	1.794	.076	.492	2.031
	totalx3	.476	.113	.466	4.200	.000	.450	2.221
	totalx4	.118	.099	.126	1.186	.239	.491	2.037

a. Dependent Variable: totaly

Lampiran 9 hasil uji hipotesis

### A. Uji Parsial (Uji T)

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.636	2.071		2.239	.028		
	totalx1	.030	.111	.029	.273	.786	.504	1.984
	totalx2	.193	.107	.190	1.794	.076	.492	2.031
	totalx3	.476	.113	.466	4.200	.000	.450	2.221
	totalx4	.118	.099	.126	1.186	.239	.491	2.037

a. Dependent Variable: totaly

### B. Uji Simultan ( Uji F )

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	166.904	4	41.726	23.193	.000 <sup>b</sup>
	Residual	158.322	88	1.799		
	Total	325.226	92			

a. Dependent Variable: totaly

b. Predictors: (Constant), totalx4, totalx1, totalx2, totalx3

### Lampiran 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.716 <sup>a</sup>	.513	.491	1.34131

a. Predictors: (Constant), kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, kenyamanan

Lampiran 11 : Tabel F

$\alpha = 0,05$	$df_1=(k-1)$							
$Df_2=(k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161,448	199,500	215,707	224,583	230,162	233,986	236,768	238,883
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,330	19,353	19,371
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	8,887	8,845
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	6,094	6,041
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950	4,876	4,818
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	4,207	4,147
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866	3,787	3,726
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581	3,500	3,438
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	3,293	3,230
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	3,135	3,072
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	3,012	2,948
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996	2,913	2,849
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	2,832	2,767
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	2,764	2,699
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790	2,707	2,641
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	2,657	2,591
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699	2,614	2,548
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661	2,577	2,510
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628	2,544	2,477
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	2,514	2,447
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573	2,488	2,420
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	2,464	2,397
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528	2,442	2,375
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	2,423	2,355
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490	2,405	2,337
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	2,388	2,321
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459	2,373	2,305
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445	2,359	2,291
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	2,346	2,278



Lampiran 12 Dokumentasi penelitian

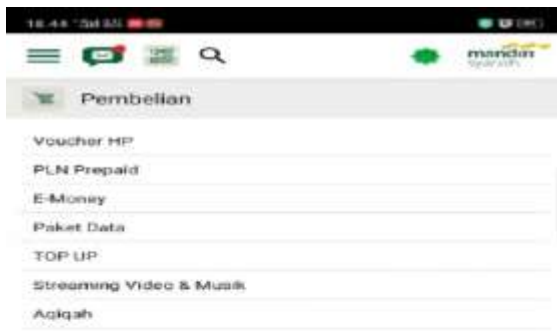






🌿 **Transfer**

- BSM
- Non BSM
- QRIS
- Tarik Tunai





## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### A. Identitas Diri

Nama	: Khaerunnisa
Tempat, Tanggal Lahir	: Palu, 14 April 1997
NIM	: 163150054
Agama	: Islam
Status	: Belum Menikah/ Pelajar
Alamat	: jl Jati
No. Hp	: 082381861208
Email	:Khairunnissa813@gmail.com
Nama Ayah	:Rahmat
Pekerjaan Ayah	:Wiraswasta
Nama Ibu	:Rahmini
Pekerjaan Ibu	:Ibu Rumah Tangga

### B. Riwayat Pendidikan

a. TK, Tahun Kelulusan	: TK,Pertiwi Biromaru, 2004
b. SD, Tahun Kelulusan	: SD Golf (Sul-Bar),2009
c. SMP, Tahun Kelulusan	: SMP Astra Makmur Jaya (2012)
d. SMA,Tahun Kelulusan	: SMA Negri 4 Palu, 2015
e. S1, Tahun Kelulusan Palu 2020	:Institut Agama Islam Negri (IAIN)

### C. Pengalaman Organisasi

- Sanggar Seni TEATER OKTOBER
- TRISDA IAIN Palu